



## INOVASI PENERBIT DAN PERCETAKAN CV. NOERFIKRI DALAM MENGARUNGI ERA DIGITALISASI

Tri Winanda<sup>1</sup>, Ardi Prasetyo<sup>2</sup>

Jurusan Ilmu Perpustakaan Fakultas Adab Dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang  
[trihinanda03@gmail.com](mailto:trihinanda03@gmail.com) [ardiprasetyo0002@gmail.com](mailto:ardiprasetyo0002@gmail.com)

### ABSTRACT

*This article discusses the innovations implemented by CV. Noerfikri in responding to the challenges of the digitalization era in the publishing and printing industry. Using a qualitative approach, this research explores data through observation, interviews and documentation methods. Observations were carried out to directly understand the work process and implementation of new technology in the field. Interviews were conducted with company management and employees to gain an in-depth understanding of innovation in navigating the era of digitalization. Documentation, such as company policy records to assess the impact of innovation on business operations and growth. The research results show that CV. Noerfikri has successfully implemented various innovations, including product diversification into digital publishing and providing wider printing services. This innovation not only increases operational efficiency but also expands their market reach. The positive impact of this innovation CV. Noerfikri can further develop the publishing and printing business. From previously only focusing on publishing and printing books, now it has expanded to other printing services and goods supply services. Even though it is faced with challenges such as the need for technology investment and in looking for consumers who can work together in the field of supply of goods and printing. And you must be able to promote services to new consumers. That way consumers can be interested in using the service.*

**Keywords:** Innovation; Publisher; Printing; The Era Digitalization

### ABSTRAK

Artikel ini membahas inovasi yang diterapkan oleh CV. Noerfikri dalam merespon tantangan era digitalisasi di industri penerbitan dan percetakan. Menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini menggali data melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk memahami secara langsung proses kerja dan implementasi teknologi baru di lapangan. Wawancara dilaksanakan dengan manajemen perusahaan dan karyawan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang inovasi dalam mengarungi era digitalisasi. Dokumentasi, seperti rekaman kebijakan perusahaan untuk menilai dampak inovasi terhadap operasional dan pertumbuhan bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Noerfikri telah berhasil mengimplementasikan berbagai inovasi, termasuk diversifikasi produk ke penerbitan digital dan penyediaan jasa percetakan yang lebih luas. Inovasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga memperluas jangkauan pasar mereka. Dampak positif dari inovasi ini CV. Noerfikri jadi bisa lebih mengembangkan usaha penerbit dan percetakan. Dari yang sebelumnya hanya fokus pada penerbitan dan percetakan buku, sekarang sudah berkembang ke jasa percetakan lainnya dan jasa penyediaan barang. Meskipun dihadapkan pada tantangan seperti kebutuhan investasi teknologi dan dalam mencari konsumen yang bisa bekerja sama dalam bidang penyediaan barang dan percetakan. Serta harus bisa mempromosikan jasa pada para konsumen baru. Dengan begitu konsumen bisa tertarik untuk menggunakan jasa.

**kata kunci:** Inovasi; Penerbit; Percetakan; Era Digitalisasi

## INTRODUCTION/PENDAHULUAN

Di tengah gelombang transformasi digital yang melanda berbagai sektor industri, sektor percetakan dan penerbitan juga menghadapi tantangan signifikan serta peluang yang luas. Perubahan kebiasaan konsumen, peningkatan akses ke teknologi informasi, dan munculnya media digital telah memicu kebutuhan mendesak untuk inovasi dalam industri penerbitan dan percetakan tradisional (Fauzi et al., 2023). Dalam era digitalisasi yang terus berkembang, industri percetakan dan penerbitan menghadapi tantangan serta peluang yang signifikan. Pergeseran dari media cetak ke digital telah mengubah lanskap pasar dan memaksa perusahaan untuk beradaptasi dengan kecepatan teknologi yang semakin cepat (Prihanto, 2018).

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang terus menerus, industri percetakan dan penerbitan dihadapkan pada tantangan untuk terus berinovasi dan beradaptasi agar tetap relevan (Riswanto et al., 2023). Inovasi merupakan kunci penting dalam mengarungi era digitalisasi yang terus berkembang. Era digitalisasi membawa perubahan radikal pada cara kita bekerja, berkomunikasi, dan berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. Inovasi tidak hanya mengacu pada penerapan teknologi baru, tetapi juga mencakup cara-cara baru dalam berpikir, proses, dan model bisnis yang dapat mengadaptasi dan memanfaatkan teknologi tersebut untuk mencapai efisiensi, efektivitas, dan keunggulan kompetitif (Lestari, 2019).

Dalam pasar yang cepat berubah, perusahaan yang tidak berinovasi akan tertinggal. Inovasi memungkinkan bisnis untuk beradaptasi dengan tren pasar dan kebutuhan konsumen yang terus berkembang (Hartatik et al., 2023). Dengan berinovasi, perusahaan dapat mengembangkan produk dan layanan yang lebih relevan untuk pasar saat ini, sekaligus memosisikan diri sebagai pemimpin pasar yang tanggap dan dinamis. Menghadapi era digitalisasi tanpa berinovasi berarti berisiko ketinggalan zaman. Inovasi bukanlah pilihan, tetapi keharusan bagi setiap organisasi yang ingin berhasil dalam jangka panjang di era digital. Dengan mendorong budaya inovasi, perusahaan tidak hanya bertahan tetapi juga bisa berkembang dan memanfaatkan peluang baru yang muncul dari perubahan teknologi dan sosial yang cepat (Anggapradja & Marinda, 2024). Industri percetakan dan penerbitan tradisional berada di bawah tekanan karena penurunan permintaan akan produk cetak dan persaingan yang meningkat dari alternatif digital.

CV. Noerfikri, sebagai salah satu pemain di industri ini, tidak terkecuali dalam menghadapi dinamika ini. Perusahaan ini telah melihat kebutuhan vital untuk mengintegrasikan inovasi dalam operasi dan strategi bisnisnya agar tetap relevan, kompetitif, dan mampu memenuhi tuntutan konsumen yang berubah, untuk memenuhi kebutuhan pasar yang dinamis dan beragam. Perubahan ini menjadi penting seiring dengan meningkatnya preferensi konsumen terhadap akses konten digital yang cepat dan mudah, serta keinginan untuk pengalaman pengguna yang lebih interaktif dan personal.

Artikel ini akan menjelajahi bagaimana CV. Noerfikri menerapkan inovasi dalam percetakan dan penerbitan untuk navigasi yang sukses dalam era digitalisasi. Dengan mengkaji berbagai strategi yang diadopsi oleh CV. Noerfikri, kita dapat memperoleh wawasan tentang bagaimana perusahaan dapat mengatasi hambatan industri, memanfaatkan teknologi baru, dan secara proaktif memenuhi ekspektasi pasar yang selalu berubah.

## LITERATURE REVIEW/TINJAUAN PUSTAKA

### Inovasi

Inovasi adalah proses pengenalan ide-ide baru, metode, produk, atau layanan yang bertujuan untuk meningkatkan atau menciptakan sesuatu yang lebih baik dari sebelumnya. Inovasi

melibatkan perubahan atau perbaikan yang signifikan pada cara sesuatu dilakukan, baik itu dalam konteks teknologi, bisnis, pendidikan, atau bidang lainnya. Dalam konteks bisnis, inovasi sering kali diarahkan untuk meningkatkan efisiensi, meningkatkan nilai bagi pelanggan, dan menciptakan keunggulan kompetitif. Inovasi dapat berupa pengembangan produk baru, peningkatan proses, pengenalan teknologi baru, atau strategi pemasaran yang lebih efektif (Nafisah et al., 2024). Secara umum, inovasi adalah kunci untuk pertumbuhan, adaptasi, dan kesuksesan jangka panjang dalam lingkungan yang dinamis dan kompetitif.

### **Penerbit dan Percetakan**

Penerbit dan percetakan adalah dua entitas yang berperan penting dalam industri produksi dan distribusi konten cetak dan digital.

Penerbit adalah lembaga atau perusahaan yang bertanggung jawab atas pengelolaan, produksi, dan distribusi karya tulis, seperti buku, jurnal, majalah, dan konten digital lainnya (Rodin et al., 2024). Penerbit bertugas untuk menyeleksi naskah atau karya, melakukan penyuntingan, desain, layout, dan kemudian mendistribusikannya melalui berbagai saluran, baik dalam bentuk cetak maupun digital. Mereka juga bertanggung jawab atas aspek-aspek hukum seperti hak cipta, ISBN, serta pemasaran dan promosi karya tersebut. Penerbit bekerja sama dengan penulis, editor, desainer grafis, dan distributor untuk memastikan karya mereka mencapai pembaca yang diinginkan.

Percetakan adalah perusahaan atau usaha yang bergerak dalam bidang pencetakan berbagai jenis materi, seperti buku, majalah, brosur, pamflet, poster, dan produk cetak lainnya (Kanda & Maulana, 2024). Percetakan menyediakan layanan teknis dan operasional untuk mencetak bahan-bahan tersebut dalam skala kecil atau besar. Proses percetakan melibatkan beberapa tahap, seperti prepress (persiapan file dan desain), press (proses pencetakan menggunakan mesin), dan post-press (penyelesaian seperti pemotongan, penjilidan, dan pengepakan). Percetakan juga dapat melayani kebutuhan khusus seperti percetakan digital, offset, dan layanan cetak sesuai permintaan (print-on-demand).

Secara umum, penerbit dan percetakan saling melengkapi dalam industri penerbitan; penerbit mengelola konten dan perencanaan, sedangkan percetakan mengeksekusi produksi fisik dari materi tersebut.

### **Era Digitalisasi**

Era digitalisasi adalah periode di mana teknologi digital menjadi dominan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, mengubah cara kita bekerja, berkomunikasi, berinteraksi, dan menjalankan bisnis. Digitalisasi mengacu pada proses mengubah data, informasi, dan layanan dari format analog ke format digital, memungkinkan akses yang lebih cepat, mudah, dan efisien melalui perangkat digital seperti komputer, smartphone, dan internet (Danuri, 2019). Era digitalisasi ditandai oleh perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi (TIK), seperti internet, kecerdasan buatan (AI), big data, cloud computing, Internet of Things (IoT), dan teknologi mobile. Transformasi ini berdampak besar pada berbagai sektor, termasuk pendidikan, kesehatan, perbankan, industri kreatif, transportasi, pemerintahan, dan terutama bisnis. Perusahaan di era digitalisasi harus beradaptasi dengan cara baru dalam beroperasi, mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, serta memperkuat interaksi dengan pelanggan (Rahmasari, 2023).

Di era digitalisasi, cara orang mengakses informasi dan berinteraksi juga berubah drastis, dengan media sosial, platform e-commerce, dan layanan streaming yang menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Era ini membuka peluang besar untuk inovasi, namun juga

menghadirkan tantangan, seperti isu keamanan data, privasi, serta kebutuhan untuk keterampilan digital yang terus berkembang.

## RESEARCH METHOD/METODE PENELITIAN

Metode penelitian dapat diartikan sebagai serangkaian langkah ilmiah yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan tujuan dan manfaat tertentu (Nadirah et al., 2022). Data yang diperoleh dari penelitian ini bersifat empiris dan harus memiliki validitas yang tinggi. Dalam konteks penelitian ini, peneliti memilih pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini merupakan suatu metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan memahami suatu peristiwa. Dalam penelitian kualitatif, fokus utama peneliti adalah pada analisis informasi lapangan, dimana data yang dikumpulkan berupa uraian keterangan dan bukan dalam bentuk angka atau symbol (Fadli, 2021). Penelitian ini telah dilaksanakan pada bulan April 2024 di Penerbit dan Percetakan CV. Noerfikri Jl. Mayor Mahidin No.142, RT.03/RW.01, Pahlawan, Kec. Kemuning, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30126. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Pada penelitian ini, pengumpulan data pada kondisi yang natural, sumber data primer dan sekunder serta pengumpulan data partisipan lebih banyak digunakan, wawancara mendalam dan studi dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah satu orang dari pihak Penerbit dan Percetakan CV. Noerfikri, yang memberikan wawasan mendalam terkait inovasi dan strategi yang diimplementasikan oleh perusahaan dalam menghadapi era digitalisasi.

## FINDING AND DISCUSSION/PEMBAHASAN

### A. Profil Penerbit dan Percetakan CV. Noerfikri

CV. Amanah dan penerbit NoerFikri atau yang lebih dikenal NoerFikri offset adalah dua perusahaan yang bergerak di bidang percetakan dan penerbitan dibawah naungan Noerfikri Group. Pada awalnya, CV. Amanah yang didirikan oleh Pardusi Amri pada 23 Desember 2005 berakta notaris Nomor 70 dengan Notaris Alie Ghanie, SH serta disahkan Pengadilan Negeri pada Senin, 6 Februari 2006 yang bergerak pada usaha Photo copy, pengadaan dan menjual Alat Tulis Kantor (ATK) guna memenuhi kebutuhan mahasiswa dan lembaga perguruan tinggi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang.

Perusahaan CV. Amanah yang berlokasi di lingkungan UIN Raden Fatah sudah lebih dari sembilan tahun berdiri, hingga saat ini terus maju pesat. Sebab tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan mahasiswa dan UIN Raden Fatah, juga telah melayani masyarakat umum. Tak kalah pentingnya mampu memenuhi pesanan Komisi Pemilihan Umum (KPU) Palembang untuk mencetak daftar mata pilih dan sebagainya.

Penerbit NoerFikri atau lebih banyak dikenal dengan noerfikri offset adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang percetakan dan penerbitan buku. Noerfikri mempunyai makna yaitu cahaya pemikir yang dengan cita-cita itu, kedepannya perusahaan ini bisa menjadi wadah para penulis untuk mengaplikasikan pikiran-pikirannya dalam bentuk tulisan yang dituangkan dalam bentuk buku. Perusahaan ini didirikan sebagai perusahaan perorangan pada tanggal 16 Juni 2011 yang beralamat di Jl. Mayor Mahidin No. 142 Palembang dan dalam aktif Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) Sumatera Selatan dengan Nomor: 012/SMS/13. Karena perkembangan perusahaan dan sekaligus untuk meningkatkan intensitas pelayanan kepada konsumen, pada tahun 2016, Noerfikri Group berkembang menjadi tiga, yaitu Percetakan dan Penerbit Noerfikri Offset, penerbitan Amanah dan Toko buku NoerFikri.

Beberapa lembaga yang sudah bekerjasama dengan noerfikri group seperti UIN Raden Fatah, Universitas Sriwijaya, Universitas Muhammadiyah Palembang, Universitas Bina Darma, Universitas PGRI Palembang, Universitas IGM, Fakultas Kedokteran, Rumah Sakit Umum Mohammad Husein, Rumah Sakit Bunda, Kantor Dinas Kesehatan, Balai Bahasa Pemprov SUM-SEL, PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Palembang, BAZNAS Pemprov SUM-SEL, MAN 1, 2 dan 3 Palembang, AKBID Muara Enim, STIT Lahat, STIT RU, STAIR Sekayu, STAIN Bangka Belitung dan perguruan tinggi lainnya, baik di Sumatera Selatan maupun di luar Sumatera Selatan, seperti Bengkulu, Lampung, Jambi dan sebagainya. Dan secara kelembagaan pada tahun 2016 s/d 2020 Noerfikri Group bekerjasama dengan UIN Raden Fatah untuk mengelola Rafah Press.



Gambar 1

Profil Penerbit dan Percetakan CV. Noerfikri

## B. Jasa Yang Ditawarkan Penerbit dan Percetakan CV. Noerfikri

1. Penerbit (Buku TK / RA, buku SD / MI, buku SMP / MTS, buku SMA / SMK / MA, buku perguruan tinggi, buku umum, majalah dan jurnal).
2. Percetakan (Penjilidan skripsi, tesis, disertasi makalah, laporan dan dokumen lain, brosur / leaflet, yasin, undangan, poster, perlengkapan wisuda, toga, map wisuda dan bungkus raport, packaging, kartu nama, macam-macam kalender, pin / brose, sticker).
3. Spanduk Outdoor dan Indoor (Spanduk all size, X banner hitam premium, stand up banner, X banner mini, X banner stainless pemberat, X banner aluminium, K / Y banner, roll up banner, roll banner electric / gantung)
4. Produk yang disediakan adalah berbagai macam buku resmi ber-ISBN, jurnal, ATK, mug, paper bag, raport K13, dan sebagainya.

## C. Inovasi Yang Dilakukan Penerbit dan Percetakan CV. Noerfikri Dalam Mengarungi Era Digitalisasi

Dalam mengarungi gelombang era digitalisasi yang terus menerjang, perusahaan penerbit dan percetakan di seluruh dunia menghadapi tantangan yang tidak ringan untuk tetap relevan dan kompetitif. Mereka harus cepat beradaptasi dengan perubahan yang cepat dan tak terelakkan ini. Inovasi menjadi kata kunci dalam perjalanan mereka. Penerbit dan percetakan telah mengalihkan sebagian fokus mereka dari sekadar mencetak buku fisik menjadi mengembangkan produk digital yang dapat diakses dengan mudah oleh konsumen di mana saja dan kapan saja (Hermawan, 2022). Mereka memanfaatkan teknologi terkini untuk menawarkan e-book dan majalah digital, serta

memungkinkan akses ke perpustakaan digital yang luas, yang bisa diakses melalui aplikasi seluler atau website. Lebih dari itu, inovasi di sektor ini juga mencakup penggunaan teknologi cetak yang lebih canggih seperti pencetakan on-demand, yang memungkinkan penerbit mengurangi limbah dan biaya produksi dengan mencetak jumlah yang tepat sesuai kebutuhan pasar (Schwab, 2019). Teknologi ini juga mempercepat proses produksi, membuat penerbit bisa merespons lebih cepat terhadap permintaan pasar yang fluktuatif.

Penerbit dan percetakan juga telah memperluas layanan mereka dengan menyediakan berbagai produk promosi yang disesuaikan, seperti seminar kit, spanduk, merchandise seperti mug, tas kertas, goodie bag, dan peralatan tulis, menawarkan paket lengkap yang membantu klien mereka dalam promosi atau kegiatan korporat. Layanan ini sering kali dilengkapi dengan opsi desain grafis dan konsultasi konten, sehingga membantu klien tidak hanya dalam aspek produksi tetapi juga dalam perencanaan dan strategi pemasaran.

Di samping itu, banyak dari perusahaan ini juga telah memperluas jangkauan pasar mereka dengan mengadopsi model bisnis e-commerce, dimana mereka memanfaatkan platform online untuk menawarkan produk dan jasa mereka, memudahkan pelanggan untuk melakukan pemesanan dan pembayaran secara online, yang merupakan langkah penting dalam adaptasi kebiasaan konsumen modern yang mengutamakan kemudahan dan kecepatan (Yunita et al., 2023). Keseluruhan upaya inovasi ini tidak hanya merupakan respons terhadap pergeseran digital, tetapi juga bagian dari strategi proaktif untuk menangkap peluang baru dan mengatasi hambatan yang muncul di era digital, menunjukkan bagaimana industri penerbit dan percetakan terus berevolusi dan menyesuaikan diri untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pasar yang terus berubah.

Hasil wawancara penulis dengan pihak Penerbit dan Percetakan CV. Noerfikri yang disampaikan oleh bagian admin mengatakan bahwa

*“Inovasi yang dilakukan CV. Noerfikri adalah selain memfokuskan pada cetakan buku seperti sebelumnya, kami juga mulai memfokuskan ke bidang lain misalnya terbitan digital dan penyediaan jasa percetakan lainnya seperti seminar kit, spanduk, mug, paper bag, goodie bag, pena, dan juga jasa penyediaan barang untuk kantor baik secara online (e-katalog, LPSE, SIPlah, dsb) maupun offline.”*

Jadi inovasi yang dilakukan oleh CV. Noerfikri mencakup perluasan layanan mereka dari fokus tradisional pada cetakan buku menjadi penyediaan berbagai produk dan jasa baru. Perusahaan ini kini juga terlibat dalam penerbitan digital serta menyediakan berbagai jasa percetakan lainnya yang meliputi seminar kit, spanduk, mug, paper bag, goodie bag, dan pena. Selain itu, CV. Noerfikri juga menawarkan jasa penyediaan barang untuk kantor yang dapat diakses melalui platform online seperti e-katalog, LPSE, dan SIPlah, serta secara offline, menunjukkan adaptasi mereka terhadap kebutuhan pasar yang beragam dan modern.

#### **D. Dampak Positif Inovasi Yang Dilakukan Penerbit dan Percetakan CV. Noerfikri Dalam Mengarungi Era Digitalisasi**

Dalam gelombang transformasi digital yang melanda berbagai industri, penerbit dan percetakan telah menyaksikan perubahan yang cukup besar dalam cara mereka beroperasi dan berinteraksi dengan konsumen (Utoyo, 2020). Inovasi yang mereka adopsi telah membawa dampak positif yang mendalam, mengubah wajah tradisional industri penerbitan dan menciptakan peluang baru yang tidak terbayangkan sebelumnya. Salah satu perubahan paling signifikan adalah peningkatan aksesibilitas konten. Dengan hadirnya e-book dan publikasi digital, buku dan materi cetak lainnya kini dapat diakses oleh audiens global dengan lebih mudah dan cepat (Panggabean

et al., 2024). Ini tidak hanya memperluas jangkauan pasar untuk penerbit tetapi juga memberikan kesempatan bagi pembaca dari berbagai latar belakang untuk menikmati literatur dan pengetahuan tanpa batasan geografis atau fisik. Orang-orang yang sebelumnya terhalang oleh biaya atau logistik mendapatkan buku fisik kini memiliki perpustakaan di ujung jari mereka, seringkali dengan biaya yang lebih rendah atau bahkan gratis.

Kemudian, inovasi dalam teknologi percetakan dan penerbitan seperti pencetakan on-demand telah memungkinkan penerbit untuk mengurangi limbah dan biaya produksi dengan mencetak jumlah yang tepat sesuai kebutuhan pasar (Nur, 2024). Hal ini tidak hanya efisien tetapi juga lebih berkelanjutan, mengurangi jejak lingkungan dari produksi massal yang tidak terjual. Dengan kemampuan untuk memproduksi buku secara cepat dan ekonomis sesuai permintaan, penerbit kini dapat bereksperimen dengan judul-judul yang lebih niche tanpa risiko finansial besar, sehingga memperkaya keragaman literatur yang tersedia di pasaran. Selain itu, integrasi teknologi digital telah mengizinkan penerbit untuk menawarkan produk yang lebih kaya secara interaktif. Buku digital sering kali dilengkapi dengan fitur-fitur tambahan seperti video, tautan interaktif, dan elemen multimedia lainnya yang memperkaya pengalaman membaca dan belajar. Hal ini khususnya bermanfaat dalam konteks pendidikan, di mana materi pelajaran dapat dibuat lebih menarik dan interaktif, membantu meningkatkan keterlibatan dan pemahaman siswa.

Lebih jauh, dengan adanya platform e-commerce dan penjualan online, penerbit dan percetakan kini dapat menjangkau pelanggan secara langsung dengan biaya yang lebih rendah (Adeo et al., 2022). Mereka dapat menawarkan promosi dan diskon yang disesuaikan, serta membangun hubungan langsung dengan pembaca, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas pelanggan dan pemahaman tentang preferensi pasar mereka. Inovasi di era digitalisasi ini bukan hanya tentang teknologi, tetapi juga tentang bagaimana penerbit dan percetakan menyesuaikan model bisnis mereka untuk bertahan dalam lingkungan yang sangat kompetitif dan berubah dengan cepat. Adaptasi dan adopsi inovasi ini tidak hanya memperkuat posisi mereka di pasar tetapi juga secara signifikan meningkatkan aksesibilitas dan ketersediaan pengetahuan dan kebudayaan secara global, memperkaya kehidupan banyak orang dan mendemokratisasi akses terhadap informasi.

Hasil wawancara penulis dengan pihak Penerbit dan Percetakan CV. Noerfikri yang disampaikan oleh bagian admin mengatakan bahwa

*“Dampak positifnya kami jadi bisa lebih mengembangkan usaha penerbit dan percetakan kami. Dari yang sebelumnya hanya focus pada penerbitan dan percetakan buku, sekarang sudah berkembang ke jasa percetakan lainnya dan jasa penyediaan barang baik secara online ataupun offline.”*

Jadi inovasi yang telah diterapkan dalam bisnis penerbitan dan percetakan telah membawa dampak positif yang signifikan bagi pengembangan usaha CV. Noerfikri. Sebelumnya, fokus utama perusahaan adalah pada penerbitan dan percetakan buku, namun kini telah berkembang ke berbagai jasa percetakan lainnya serta penyediaan barang, baik secara online maupun offline. Ekspansi ini tidak hanya memperluas jangkauan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tetapi juga membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan diversifikasi pendapatan, memperkuat posisi perusahaan dalam industri yang dinamis.

## **E. Tantangan Yang Dihadapi Dalam Melakukan Inovasi**

Melakukan inovasi dalam industri penerbitan dan percetakan tidaklah tanpa tantangan. Salah satu tantangan utama adalah investasi modal yang signifikan yang diperlukan untuk mengadopsi teknologi terbaru. Mesin-mesin cetak canggih, sistem IT yang diperbarui, dan

infrastruktur digital memerlukan pengeluaran awal yang besar, yang mungkin tidak mudah bagi semua perusahaan, terutama yang beroperasi dengan anggaran yang terbatas (Nugraha et al., 2023). Selain itu, ada juga hambatan dalam bentuk kebutuhan untuk pelatihan karyawan. Teknologi baru memerlukan keterampilan baru, dan memastikan bahwa karyawan terlatih dengan baik untuk mengoperasikan peralatan modern dan memanfaatkan perangkat lunak terkini adalah proses yang memakan waktu dan sumber daya. Resistensi terhadap perubahan dari dalam organisasi juga bisa menjadi penghalang, karena tidak semua karyawan mungkin siap atau bersedia untuk menyesuaikan diri dengan metode kerja yang baru (Wibowo, 2021). Perubahan kebijakan dan regulasi yang terus-menerus juga menimbulkan tantangan. Perusahaan harus terus mengikuti perkembangan hukum yang berkaitan dengan hak cipta digital, privasi data, dan keamanan online. Kegagalan dalam mematuhi hukum ini bisa mengakibatkan denda, sanksi, dan kerusakan reputasi yang serius.

Di samping itu, ada juga tantangan dari persaingan pasar. Dengan makin banyaknya perusahaan yang berpindah ke solusi digital, persaingan untuk menarik perhatian konsumen menjadi semakin ketat. Perusahaan harus terus-menerus berinovasi dan menawarkan sesuatu yang unik dan berharga untuk mempertahankan dan menarik pelanggan baru (Iswahyudi et al., 2023). Akhirnya, tantangan lain yang sering muncul adalah masalah skalabilitas. Ketika sebuah perusahaan memperluas layanannya, mereka harus mampu mengelola pertumbuhan tersebut secara efektif. Skalabilitas operasi menjadi kunci, dan ini sering kali memerlukan perombakan sistem manajemen dan operasional yang sudah ada. Meskipun tantangan-tantangan ini bisa terasa luar biasa, menavigasi mereka dengan strategis dan inovatif adalah kunci untuk berhasil dalam era digital. Perusahaan yang dapat mengatasi tantangan ini tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dan memimpin pasar dengan menawarkan solusi yang beradaptasi dengan kebutuhan konsumen modern.

Hasil wawancara penulis dengan pihak Penerbit dan Percetakan CV. Noerfikri yang disampaikan oleh bagian admin mengatakan bahwa

*“Tantangan yang dihadapi CV. Noerfikri yaitu dalam mencari konsumen yang bisa bekerja sama dalam bidang penyediaan barang dan percetakan. Kami harus bisa mempromosikan jasa kami pada para konsumen baru. Dengan begitu konsumen bisa tertarik untuk menggunakan jasa kami.”*

Jadi CV. Noerfikri menghadapi tantangan signifikan dalam menarik konsumen baru yang tertarik untuk bekerja sama dalam penyediaan barang dan jasa percetakan. Untuk mengatasi tantangan ini, perusahaan perlu mengimplementasikan strategi promosi yang efektif dan menarik yang dapat memperkenalkan keunggulan dan keunikan layanan mereka kepada pelanggan potensial. Dengan memastikan bahwa calon konsumen memahami nilai tambah yang ditawarkan oleh jasa mereka, CV. Noerfikri dapat meningkatkan peluang mereka untuk menjalin kerjasama yang sukses dan memperluas basis klien mereka.

## CONCLUSION/KESIMPULAN

Kita melihat bagaimana CV. Noerfikri telah berhasil beradaptasi dan berinovasi di tengah tantangan yang dihadirkan oleh era digitalisasi. Melalui penerapan teknologi baru, diversifikasi layanan, dan ekspansi ke produk digital serta jasa-jasa tambahan lainnya, CV. Noerfikri tidak hanya memperkuat posisinya di industri percetakan dan penerbitan tetapi juga berhasil memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan pelayanan kepada pelanggannya. Kesuksesan ini menunjukkan pentingnya inovasi berkelanjutan dan keberanian dalam mengambil langkah baru

sebagai respons terhadap perubahan lingkungan bisnis. Dengan terus mengedepankan inovasi, CV. Noerfikri menetapkan dirinya sebagai pemimpin dalam industri yang dinamis ini, siap menghadapi masa depan dengan optimisme dan strategi yang adaptif.

#### **BIBLIOGRAPHY/DAFTAR PUSTAKA**

- Adoe, V. S., Yusufiana, M., Diana, A., Lubis, R., & Harahap, M. (2022). *BUKU AJAR E-COMMERCE*. Feniks Muda Sejahtera.
- Anggapradja, I. T., & Marinda, V. S. (2024). PENINGKATAN MOTIVASI BERINOVASI UNTUK KELANGSUNGAN USAHA PEDAGANG DI KELURAHAN SUKAMAJU KECAMATAN CIBEUNYING KIDUL. *Adimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.24269/adi.v8i1.7832>
- Danuri, M. (2019). PERKEMBANGAN DAN TRANSFORMASI TEKNOLOGI DIGITAL. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 15(2). <https://doi.org/10.53845/infokam.v15i2.178>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), Article 1. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fauzi, A. A. F., Harto, B., Mulyanto, Dulame, I. M., Panji, Sudipa, I. G. I., Dwipayana, A. D., Sofyan, W., Jatnika, R., & Wulandari, R. (2023). *PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DI BERBAGAI SEKTOR PADA MASA SOCIETY 5.0*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hartatik, H., Rukmana, A. Y., Efitra, E., Mukhlis, I. R., Aksenta, A., Ratnaningrum, L. P. R. A., & Efdison, Z. (2023). *TREN TECHNOPRENEURSHIP: Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Kekinian dengan Teknologi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Hermawan, Z. I. (2022). *PERENCANAAN BISNIS LEMBAGA PELATIHAN KEPENULISAN DAN PENERBITAN BUKU* [Program Studi Magister Manajemen, Universitas Widyatama]. <http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/handle/123456789/15425>
- Iswahyudi, M. S., Budaya, I., Purwoko, P., Riswanto, A., Lestari, A. A., Widawati, E., Zahara, A. E., Ardyan, E., Nurchayati, N., Efdison, Z., Trilakshmi, N., Damayanti, F., & Lova, A. N. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN: Strategi dan Praktek yang efektif*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kanda, A. S., & Maulana, A. (2024). STRATEGI PERCETAKAN UNTUK MENGATASI LONJAKAN PERMINTAAN SELAMA MUSIM PEMILU. STUDI KASUS DARI INDUSTRI PERCETAKAN BANDUNG. *JURNAL EKONOMI BISNIS DAN MANAJEMEN*, 2(1), 104–113. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i1.552>
- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Universitas Brawijaya Press.
- Nadirah, Pramana, A. D. R., & Zari, N. (2022). *METODOLOGI PENELITIAN Kualitatif, Kuantitatif, Mix Method (Mengelola Penelitian Dengan Mendeley dan Nvivo)*. Cv. Azka Pustaka.
- Nafisah, A. A., Sutantri, & Mala, I. K. (2024). PENGARUH PERENCANAAN STRATEGI DAN INOVASI TERHADAP KINERJA PADA RUMAH MAKAN PONDOK INDAH. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 4(2), Article 2.
- Nugraha, G. I. K., Firdaus, M. R., & Ratri, A. M. (2023). Eksistensi Industri Percetakan dan Penerbitan di Masa Pandemi Covid-19: Sebuah Prespektif. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(1), Article 1. <https://doi.org/10.26905/jbm.v10i1.10520>

- Nur, M. (2024). *Sejarah Buku: Dari Gulungan Papirus ke E-book Modern*. MiftaChun Nur.
- Panggabean, J. Z. Z., Januaripin, M., Husnita, L., Wulandari, T., Pureka, M. N. Y., Arsyati, A. M., Mardawati, M., Kmurawak, R. M., Supriatna, A., Dharmayanti, P. A., Mesalina, T. J., & Judijanto, L. (2024). *Teknologi Media Pembelajaran: Penerapan Teknologi Media Pembelajaran di Era Digital*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Prihanto, J. N. (2018). Transformasi Digital Media Cetak Di Indonesia: Studi Pada Industri Media Cetak Terferivikasi Administratif Dan Faktual 2017. *Ultima Management : Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 26–43. <https://doi.org/10.31937/manajemen.v10i1.853>
- Rahmasari, S. (2023). Strategi Adaptasi Bisnis di Era Digital: Menavigasi Perubahan dan Meningkatkan Keberhasilan Organisasi. *Karimah Tauhid*, 2(3), Article 3. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v2i3.9281>
- Riswanto, A., Zafar, T. S., P, M. A. C., Sunijati, E., Harto, B., Boari, Y., Astaman, P., Dassir, M., & Hikmah, A. N. (2023). *EKONOMI KREATIF: Inovasi, Peluang, dan Tantangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rodin, R., Anjelika, V., Wilawati, W., & Ninsik, W. F. (2024). Prospek industri penerbitan di Kabupaten Rejang Lebong: Studi pada penerbit CV Andhra Grafika. *Daluang: Journal of Library and Information Science*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.21580/daluang.v4i1.2024.17776>
- Schwab, K. (2019). *Revolusi Industri Keempat*. Gramedia Pustaka Utama.
- Utoyo, I. (2020). *HYBRID COMPANY MODEL: Cara Menang di Era Digital yang Disruptif*. PT. Rayyana Komunikasindo.
- Wibowo, A. (2021). MANAJEMEN PERUBAHAN (Change Management). *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1–180.
- Yunita, D., Nailis, W., Maulana, A., & Fitrianto, M. E. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Platform Penjualan dalam Meningkatkan Kinerja UMKM di Kecamatan Ilir Barat II Kota Palembang. *Jurnal Nusantara Mengabdi*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.35912/jnm.v2i2.1583>