

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN



Gambar 2.1 Logo Toko Buku Livres
Sumber : Supervisor (2026)

2.1 Deskripsi Perusahaan

Toko Buku Livres didirikan berdasarkan fondasi kecintaan yang mendalam dari para pendirinya terhadap dunia literasi. Sebelum memutuskan untuk membuka toko buku fisik ini, pihak pendiri sudah memiliki rekam jejak dan pengalaman yang kuat di industri kreatif dan literasi, mulai dari menulis berbagai artikel ilmiah maupun populer, menyusun dan menerbitkan buku, hingga aktif bergerak di bidang penyuntingan naskah (editing). Bagi pihak manajemen, mengelola Toko Buku Livres bukanlah sebuah tantangan atau beban baru, melainkan sebuah bentuk penyaluran idealisme untuk menumbuhkan kecintaan membaca di tengah masyarakat dari berbagai latar belakang. Pendirian toko ini didasari oleh keyakinan penuh bahwa setiap niat baik dalam menghidupkan literasi akan selalu menemukan jalannya sendiri seiring berjalannya waktu.

Pada masa-masa awal pendiriannya, Toko Buku Livres memulai perjalanannya dari titik nol tanpa memiliki basis pelanggan tetap. Pertumbuhan pelanggan di toko ini terjadi secara organik. Salah satu contoh loyalitas pelanggan awal terbentuk dari seorang pencinta buku yang memiliki rutinitas harian menggunakan moda transportasi massal menuju area operasional sekitar toko, meskipun bertempat tinggal di kawasan sekitar institusi pendidikan setempat.

Pelanggan-pelanggan organik inilah yang menjadi motor awal penggerak toko melalui kecintaan yang sama terhadap buku-buku kurasi pilihan.

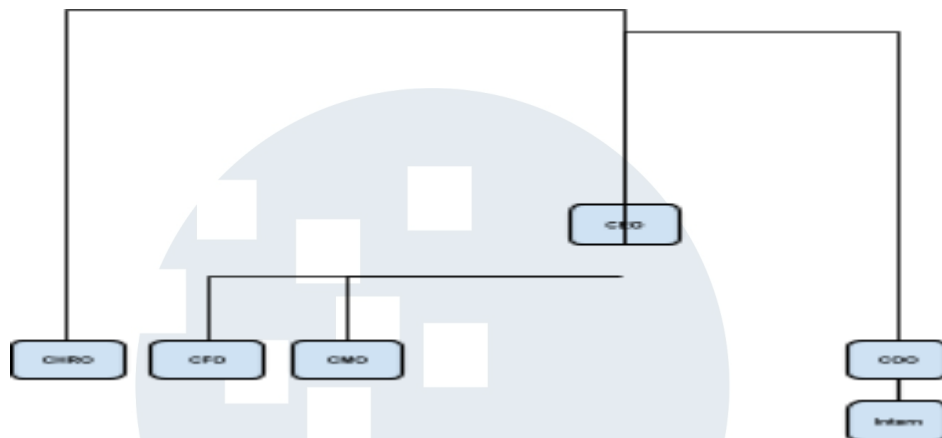
Visi:

Menjadi sumber literasi bagi masyarakat, khususnya konsumen pasar, menjadi tempat bertemunya idealisme dan kebersamaan, serta menumbuhkan kecintaan membaca bagi masyarakat dari beragam latar belakang.

Misi:

1. Menyediakan beragam buku berkualitas, termasuk bacaan-bacaan alternatif yang jarang ditemukan di ritel besar serta mendukung publikasi karya dari penulis-penulis lokal.
2. Menciptakan sudut baca yang ramah dan nyaman bagi setiap pengunjung agar dapat menikmati proses eksplorasi literatur dengan tenang.
3. Menyelenggarakan diskusi kecil dan klub baca secara berkala sebagai wadah interaksi aktif untuk membangun dan memperkuat jaringan komunitas literasi di lingkungan pasar.
4. Mengutamakan pelayanan yang hangat dan penuh dedikasi dari setiap staf, yang mencerminkan kecintaan mendalam pada dunia buku, kelestarian alam, dan nilai-nilai kemanusiaan sesama.
5. Berpegang teguh pada nilai idealisme dengan mengelola seluruh aspek operasional toko secara jujur, transparan, serta berkomitmen pada prinsip bisnis yang berkelanjutan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan Toko Buku Livres
Sumber: Lengkei (2026)

Toko Buku Livres menerapkan struktur organisasi fungsional yang ramping untuk menjamin efisiensi pembagian tugas dan mempercepat pengambilan keputusan. Alur vertikal perusahaan dipimpin oleh seorang **CEO (Chief Executive Officer)** sebagai pengambil kebijakan tertinggi, yang membawahi empat divisi utama:

1. **CHRO (Chief Human Resources Officer)**: Mengelola manajemen sumber daya manusia dan administrasi internal staf.
2. **CFO (Chief Financial Officer)**: Bertanggung jawab penuh atas regulasi keuangan, penganggaran, dan pengelolaan arus kas.
3. **CMO (Chief Marketing Officer)**: Mengatur strategi pemasaran, promosi ritel, dan hubungan komunitas literasi.
4. **COO (Chief Operating Officer)**: Mengawasi jalannya rantai pasok harian, efisiensi layanan kasir, serta manajemen inventaris gudang.

Dalam pelaksanaan proyek digitalisasi ini, posisi penulis selaku praktikan berada langsung di bawah koordinasi dan pengawasan divisi COO.

2.3 Portfolio Perusahaan

Sebagai toko buku yang berkomitmen untuk menyediakan literatur berkualitas bagi masyarakat, Toko Buku Livres aktif membangun kemitraan strategis dengan berbagai pihak di industri penerbitan dan distribusi buku. Berikut adalah portofolio kerja sama dan rekam jejak penyediaan jasa yang telah dilakukan oleh Toko Buku Livres:

1. Kerja Sama Strategis dengan Penerbit Nasional

Penerbit Buku Kompas: Toko Buku Livres menjalin kemitraan resmi dalam pendistribusian buku-buku terbitan Kompas, yang berfokus pada pemenuhan kebutuhan literatur jurnalistik, humaniora, politik, sejarah, dan pemikiran kontemporer berkualitas tinggi bagi pelanggan.

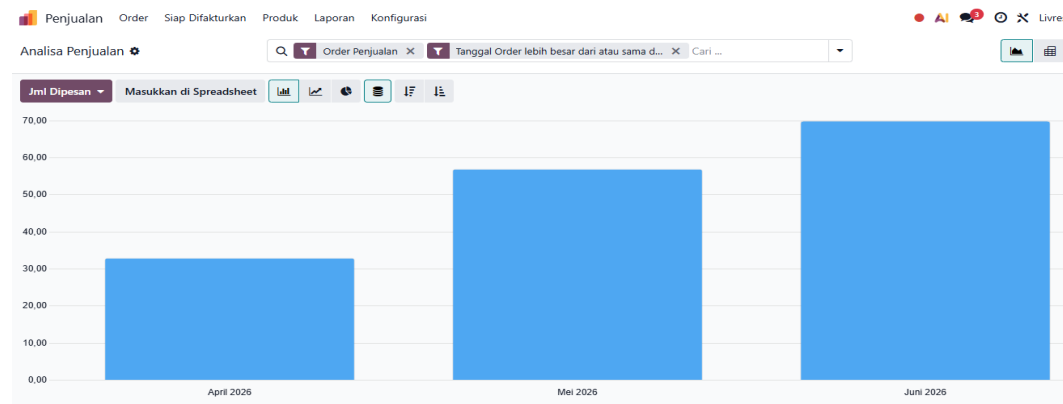
Gramedia: Kerja sama ini mencakup pasokan dan distribusi berskala besar untuk berbagai lini buku populer, fiksi, non-fiksi, hingga buku pendidikan dari jaringan penerbitan Gramedia, guna memastikan ketersediaan variasi koleksi yang lengkap di Toko Buku Livres.

2. Rekam Jejak Pelayanan dan Penyediaan Jasa

Penyediaan Koleksi dan Manajemen Inventaris: Sukses melakukan pengelolaan dan pengadaan inventaris buku secara massal, termasuk digitalisasi sistem data stok guna mempermudah aksesibilitas dan pencarian buku bagi pelanggan.

Penyelenggaraan Program Literasi dan Promosi: Mengadakan berbagai program promosi berkala, pameran buku mini, serta kurasi bacaan mingguan yang bertujuan untuk meningkatkan minat baca sekaligus mempererat hubungan antara

penerbit mitra dengan komunitas pembaca lokal.



Gambar Penjualan dari April 2026 sampai Juni 2026

Sumber : Lengkei (2026)

Grafik menunjukkan tren pertumbuhan penjualan yang sangat sehat dan konsisten di Toko Buku Livres selama kuartal kedua tahun 2026. Pada bulan April, penjualan dimulai dengan performa awal sebesar 33 unit buku yang berhasil dipesan. Angka ini kemudian melonjak tajam pada bulan Mei menjadi sekitar 57 unit buku, yang menandakan adanya peningkatan permintaan pasar yang signifikan. Tren positif ini terus berlanjut hingga mencapai puncaknya pada bulan Juni dengan total pesanan menyentuh angka 70 unit buku. Secara keseluruhan, peningkatan konsisten setiap bulan ini menjadi bukti kuat dalam portofolio bahwa strategi pengelolaan produk dan pemasaran yang diterapkan Livres berjalan dengan sukses.