

1

Pendahuluan

1.1 Pandangan Awal

Pada tahun 1970-an pelaburan dalam perniagaan buku dianggap merugikan dan berisiko tinggi kerana sifat produk yang unikonsep dan margin keuntungan yang kecil bagi satu unit jualan. Namun menjelang tahun-tahun 1990-an, perniagaan buku mula menarik perhatian banyak pihak. Perniagaan buku di Amerika Syarikat mula menarik perhatian usahawan untuk melabur dalam perniagaan ini manakala wartawan sentiasa tercari-cari untuk menulis artikel tentang penerbitan manakala orang ramai mula membincangkan mengenai buku dan membaca, dan yang lebih penting mereka sudah boleh memperuntukkan sebahagian daripada wang perbelanjaan untuk membeli buku (Lucas, 1997).

Perkembangan industri pembukuan bergerak seiring dengan amalan budaya membaca di kalangan masyarakat. Oleh kerana khalayak membaca sering dicipta oleh penerbit, industri memerlukan kegiatan promosi dan pengiklanan yang lebih giat untuk memperkenalkan perniagaan ini kepada seramai mungkin ahli masyarakat. Komunikasi pasaran dalam perniagaan ini walaupun diakui rumit lantaran daripada konsep produk yang berbeza untuk setiap kali pengeluaran, usaha campuran pemasaran bagi setiap produk boleh menanggani masalah-masalah yang sering menjadi rungutan oleh pengamal-pengamal bidang ini.

1.2 Pernyataan Masalah

Penghasilan produk industri buku adalah monopolistik, kos per unit rendah, harga jualan yang rendah, margin keuntungan kecil, khalayak pasaran yang berbeza dan terbatas, serta keperluan terhadap produk; perniagaan buku berhadapan dengan banyak hambatan. Tumpuan kini dialihkan kepada operasi pemasaran dan penjualan produk ini. Ini memandangkan andaian sistem pemasaran yang cekap, menyeluruh, berterusan dan sistematik adalah jaminan kepada keberterusannya sesuatu industri.

Buku masih belum menjadi utama di kalangan banyak pihak menyebabkan kehadiran judul baru di pasaran tidak selaris perubahan fesyen dan tidak juga menjadi senarai perlu dalam merancang perbelanjaan harian. Lantaran daripada belum mencapai tahap sebegini, bidang yang bersangkutan dengan pembukuan dianggap satu yang menakutkan dan berisiko tinggi malahan tidak keterlaluan bahawa bidang ini amat dikesampingkan dalam mengukur taraf hidup mahupun aspek yang diberikan penekanan dalam mengukur tahap aktiviti ekonomi.

Tuntutan bidang keilmuan dan pengglobalisasian ilmu, buku sebagai wahana ilmu tetap mempunyai kepentingannya dalam masyarakat. Mendasari falsafah itu, perniagaan buku masih mendapat tempat untuk menarik masyarakat membantu mengembangkan industri ini. Malahan kepelbagaiannya teknologi, perkembangan pelbagai bidang ilmu dan kemahiran serta semakin rencamnya cara hidup dan keperluan manusia, industri buku masih mempunyai kelompongan ruang untuk diisi.

Daripada statistik penilaian Budaya Membaca Negara, 1997 mencatatkan sejumlah 93 peratus daripada lebih kurang 20 juta rakyat Malaysia boleh membaca dan majoriti daripada 7 peratus yang tidak tahu membaca adalah golongan lebih daripada 55 tahun. Jika perangkaan ini menjadi landasan kepada pengamal industri buku masih ada banyak ruang yang boleh diisi untuk menyediakan penawaran produk kepada pengguna. Dengan mengambil 5 peratus daripada lebih 20 juta penduduk yang boleh membaca, penerbit buku masih punya seramai satu juta (1 juta) penduduk Malaysia yang boleh dijangkakan memberi perhatian terhadap pasaran buku negara.

Sekiranya pasaran buku gagal untuk menyaingi pasaran barang pengguna yang lain, kemungkinan untuk pengguna sasaran ini beralih kepada barang pengguna yang lebih menarik, lebih menghiburkan atau lebih mudah didapati adalah tidak mustahil. Untuk itu produk industri pembukuan ini harus dipasarkan demi untuk memudahkan pengguna akhir ini membuat pilihan.

Namun sejauh manakah kemampuan agen-agen pemasaran ini memberi kemudahan penawaran produk ini dalam pasaran, masih menjadi bahan persoalan banyak pihak. Malahan tidak keterlaluan jika dikatakan pengusaha perniagaan yang bersangkutan dengan buku sama ada di peringkat penerbit tempatan, pengedar maupun orang perseorangan belum memaksimumkan lompang-lompang kosong itu.

Membincangkan industri penerbitan tidak seharusnya menjurus kepada bahan berorientasi pendidikan rendah dan tinggi begitu juga ketika membincangkan mengenai aspek pemasaran industri ini. Hakikatnya industri pembukuan mempunyai obligasi tersendiri dalam proses permodenan, penamadunan, reformasi, riadah, informasi dan pelbagai aspek kehidupan selain daripada sebagai wahana pendidikan. Industri buku harus membina kesinambungan antara wahana pendidikan kepada sumber pengetahuan atau keilmuan bagi golongan yang telah meninggalkan alam persekolahan. Ketidakbeterusannya penawaran dan penekanan ilmu ini, industri buku mula kehilangan khalayak, tambahan lagi wujud banyak persaingan dalam mendapatkan maklumat dengan berkembangnya bidang teknologi.

Penemuan itu nanti diharapkan dapat mencelikkan mata masyarakat umum dan tanggapan umum tentang prospek cerah perniagaan ini. Kajian diharapkan menjadi perintis kepada pemerhatian, kupasan, dan cadangan perubahan perlu oleh agen pemasaran buku bagi membantu perkembangan bidang penerbitan negara. Untuk itu pengkajian mencuba untuk mendekati seintim mungkin peranan agen pemasaran dalam menjalankan peranannya di premis masing-masing.

Malah harapan saya, hasil kajian ini akan turut membuka mata golongan sarjana, golongan korporat, agensi pembankuan dan orang perseorangan untuk mencelikkan mata, membulatkan keyakinan bahawa perniagaan ini ada prospek

masa depan yang cerah. Malahan menjadi panduan kepada mereka yang ingin mencuba kebolehan dalam perniagaan buku. Bidang ini tidak seharusnya diletakkan terkebelakang sebagaimana sesetengah andaian yang perniagaan ini akan berkubur begitu sahaja. Yang pasti, setiap perkembangan dalam bidang ekonomi, sosial, teknologi, politik dan pelbagai bidang bersangkutan dengan hidup adalah keuntungan yang boleh dimanupulasikan oleh industri buku.

Kewujudan buku-buku ‘moden’ dalam bentuk CD, audio dan perluasan penggunaan internet walaupun lari dari konvensi tradisional adalah cabaran baru dalam industri buku tradisional. Penggunaan yang belum menyeluruh, kos membeli dan mengguna yang tinggi, faktor readibiliti, produk yang mudah alih(portable); masih menjadikan buku tetap penting. Pengamal-pengamal industri buku harus bersedia untuk menghadapi kecanggihan produksi buku-buku moden ini dengan menghasilkan produk buku yang lebih menarik, komersil dan diterima oleh masyarakat khalayak an menjadi tanggungjawab supaya agen-agen pemasaran mempergiatkan usaha dalam mendekati dan mengaruh seramai mungkin pengguna.

1.3. Objektif Kajian

Kajian ini cuba:

- a) memastikan sejauh mana kedai buku mengamalkan pengurusan moden dalam menjalankan perniagaan.
- b) melihat sejauh mana premis-premis penjualan buku menggunakan idea-idea campuran pasaran dalam melariskan produk dan meningkatkan perniagaan.
- c) melihat kesan daripada amalan pengurusan ini terhadap sistem pemasaran buku di negara ini.

1.4 Kewajaran Kajian

Menyedari adanya kelompongan pengkajian dalam industri pembukuan, timbul keinginan untuk mencari akar umbi industri penjualan buku ini berkembang. Pertumbuhan pengusaha baru dalam penjualan buku yang agak lembap turut mendorong pengkaji mencari rahsia di sebalik rencamnya perniagaan ini.

Kepelbagaiannya bentuk kedai buku, lama dan singkatnya jangkahayat sesuatu kedai buku, faktor kemerahan dan kesuraman kedai buku, telah mendorong untuk mencari faktor penyebab untuk melihat perniagaan ini beroperasi.

Kehadiran pelabur asing yang membuka cawangannya di negara ini seperti MPH dan Times, serba-sedikit memberi variasi baru dalam operasi perniagaan ini turut menjadi perbandingan pengkaji dalam mencari akar umbi seharusnya kedai buku itu diberikan konsep yang bagaimana? Perkembangan baru kedai-kedai buku tempatan yang mampu menghidangkan pelbagai judul daripada pelbagai bidang ilmu, pelbagai bahasa serta diuruskan secara profesional memberi variasi baru dalam perniagaan buku di Malaysia turut menjadi beberapa persoalan seperti corak pengurusan dan pemasaran yang mungkin boleh diambil iktibar oleh peniaga buku yang masih gagal mengembangkan perniagaan walaupun telah melepassi tempoh kematangan.

1.5 Ruang kajian

Tumpuan diberikan kepada aspek pengurusan kedai buku dan mencari tautan terhadap pola pasaran buku di negara ini. Oleh kerana pemasaran dan pengurusan mempunyai tautan rapat, kajian cuba mencari kesan negatif dan positif sistem pengurusan yang diamalkan oleh pekedai buku terhadap pembentukan sistem dan pola pemasaran produk tersebut.

1.6 Batas Kajian

Berlaku kesukaran untuk mengklasifikasikan kedai buku menjadikan tumpuan dikhususkan kepada beberapa ciri kedai buku:

- a) Perniagaan yang didaftarkan sebagai penjual buku.
- b) Produk buku hendaklah lebih daripada 50% daripada produk jualan
- c) Perniagaan mengamalkan perniagaan transaksi peruncitan.

1.7 Metodologi Penyelidikan -

1.7.1 Pendekatan- Satu pendekatan konseptual

Dengan mengambil konsep-konsep pengurusan, pengkaji cuba mencari pengimplementasiannya dalam pengurusan kedai buku. Penekanan terhadap pengurusan manusia, pengurusan organisasi, pengurusan pemasaran dan pengurusan kewangan serta cuba memahami kelakuan pengguna menjadi landasan utama dalam menjustifikasi perniagaan ini.

Berdasarkan pendekatan konseptual ini, pengkaji turut mengambil beberapa prinsip dan konsep pemasaran yang begitu menekankan kepada produk, harga, saluran pemasaran dan pengguna dalam merancang dan mengurus strategi pemasaran.

Selain membincangkan pengurusan sesuatu perniagaan, beberapa idea tentang perilaku sosial tidak dapat dikesampingkan. Antara faktor-faktor psikologi, geografi dan evolusi manusia masih menjadi pertimbangan sokongan terhadap keputusan perniagaan.

Berdasarkan pendekatan yang dicuba diadaptasikan oleh pengkaji, diharap memberi sedikit gambaran jelas tentang kaedah yang digunakan oleh pengusaha kedai buku dalam merencana, mengurus dan membuat keputusan untuk mengstrukturkan premis dan perniagaan mereka.

1.8.2 Kaedah

1.8.2.1 Pengumpulan data

a) Pemerhatian

Pengkaji akan memilih beberapa premis dengan mengambil kira faktor lokasi dan status premis semasa melakukan observasi. Observasi dilakukan sebelum pengkaji mengambil keputusan mengedarkan borang soal selidik untuk diisi oleh responden.

Antara lain yang menjadi tumpuan ialah reka bentuk dan reka letak dan reka susun premis, aliran pelanggan, kecenderungan pelanggan dan kemampuan premis-premis ini memberikan perkhidmatan yang memuaskan pelanggan.

b) Soal selidik

Satu set soalan kaji selidik dirangka untuk mendapatkan informasi operasi sebenar premis-premis menjual buku. Pengkaji sendiri telah pergi ke setiap premis bagi membuat pemilihan terhadap syarat yang telah ditetapkan dalam menentukan kelayakan sumber tersebut.

Set soal selidik ini diedarkan kepada;

- a) 12 premis kedai buku di kawasan utara meliputi Kedah, Perlis, Pulau Pinang dan Perak.
- b) 10 premis untuk kawasan selatan iaitu Johor, Melaka dan Negeri Sembilan.
- c) 10 premis di kawasan tengah iaitu Lembah Kelang dan Selangor.
- d) 4 premis meliputi kawasan Kelantan, Terengganu dan Pahang.
- e) 2 premis di Malaysia Timur iaitu Sabah dan Sarawak yang dihantar melalui mel udara.

Jumlah - 38 premis dikaji

c) Temuramah/Persampelan

Dengan memilih beberapa pengusaha kedai buku, pengkaji akan membuat persampelan mengenai operasi kedai buku ini.

d) Penyelidikan Khutubkhanah

- Konsep Pemasaran
- Sistem Ekonomi/teori ekonomi
- Konsep Pengurusan dan lain-lain;
akan dijadikan bandingan dan rujukan semasa membuat penganalisaan.

1.8.2.2 Analisa Data

Pemerosesan Data SPSS telah digunakan untuk mendapatkan keputusan terhadap hasil-hasilan daripada set soal selidik yang diterima.

Menyedari adanya kemungkinan keraguan terhadap ketulenan data yang diterima, pengkaji bersifat optimis untuk mengambil kira faktor praktikal dan teori. Dengan mengambil kaedah persampelan yang mementingkan kriteria pemilihan, pengkaji seboleh mungkin memberi gambaran sebenar industri pembukuan ini.

Di akhir kajian ini, pengkaji mengharapkan dapat menemui satu pendekatan baru, aliran pemikiran baru dan kecenderungan baru dalam memvariasikan dan menceriakan bidang perniagaan ini untuk setanding dengan perniagaan produk yang lain yang ada di pasaran. Ini secara tidak langsung membawa aliran baru dalam memenuhi tanggungjawab sosial sebagai salah satu pembantu ke arah ketamadunan manusia.

1.9 Kronologi Perbincangan

1.9.1 Pendahuluan

Memberi gambaran sepintas lalu mengenai bidang kajian yang dibincangkan, ruang kajian, pendekatan dan kaedah penyelidikan yang digunakan dalam melihat persoalan pokok bahan kajian selain daripada mengemukakan beberapa kepentingan kajian ini dalam masyarakat keilmuan Malaysia dan industri penerbitan itu sendiri.

1.9.2 Kajian Persuratan

Melalui Kajian Persuratan, pengkaji juga mengemukakan kupasan beberapa persoalan berkaitan dengan bidang kajian. Ini dapat memberi gambaran awal kepada penjualan buku serta beberapa konsep yang telah, sedang dan akan diterapkan dalam kajian.

1.9.3 Pengurusan, Peruncitan dan Pemasaran

Perbincangan mula mendekati bidang kajian yang cuba diketengahkan oleh pengkaji. Dengan mengambil konsep pengurusan, konsep peruncitan serta konsep pemasaran, satu set idea keseluruhan mengenai corak pengurusan perruncitan boleh diaplikasikan dalam perniagaan buku. Idea ini dapat memudahkan pemahaman fungsi, peranan dan obligasi yang harus dimainkan oleh pekedai buku sebagai agen terakhir dalam saluran pemasaran dan pelengkap kepada aktiviti pemasaran.

1.9.4 Amalan Pengurusan Peruncitan Buku di Malaysia - Pandangan Awal

Pemerhatian yang dilakukan oleh pengkaji semasa turun ke lapangan dapat dirumuskan aliran sebenar perniagaan ini. Bentuk premis, penampilan premis, pengurusan organisasi, kewangan dan pemasaran yang menentukan andaian awal tentang status penjualan buku di Malaysia. Observasi ini juga menjadi landasan utama kepada pengkaji dalam merangka dan meramal keberterusan perniagaan ini dalam era teknologi yang pesat membangun.

1.9.5 Pengurusan Peruncitan Kedai Buku - Dapatan Kajian

Daripada soal selidik yang diedarkan dan diberi maklumbalas oleh responden, bukti statistik boleh didapati. Ini dapat menjelaskan andaian-andaian awal yang dibincangkan dalam bab terdahulu. Penemuan-penemuan ini memberi gambaran sebenar terhadap sistem pengurusan perniagaan buku di Malaysia dan bagaimana ia membawa kepada satu bentuk pemasaran buku di negara ini.

1.9.6 Pengurusan Peruncitan Kedai Buku dan Impaknya Terhadap Sistem Pemasaran Buku di Malaysia - Satu Anjakan Perlu

Perbincangan merupakan kupasan perlu terhadap penemuan yang diperolehi dengan harapan kelemahan yang ada, kelebihan yang sedia ada dapat dimanfaatkan untuk mengubah sistem pemasaran buku di masa hadapan. Selain

itu menyedari industri buku turut menerima perubahan, perkembangan dan penerimaan perbaharuan teknologi, cabaran-cabaran baru dan sedia ada turut dikupas dengan harapan menjadi pedoman kepada pengamal industri mahupun penyelidikan seterusnya memikirkan alternatif baru dalam mengekalkan fungsi penerbitan buku dan membantu ketamadunan manusia.

1.10 Kepentingan Kajian

- Satu rujukan awal dan asas untuk mereka yang cenderung untuk mencebur perniagaan penjualan buku.
- Memberi panduan kepada pengamal-pengamal, pemerhati dan sarjana penerbitan memahami lebih mendalam operasi kedai buku dalam merancang penerbitan yang boleh diterima oleh masyarakat dan bernilai komersil.
- Merangsang pengamatan masyarakat umum tentang operasi kedai buku yang selama ini dikesampingkan seiring dengan perniagaan peruncitan produk lain di pasaran.
- Mengurangkan pergantungan terhadap syarikat multinasional untuk mendapatkan bahan bacaan. Oleh itu satu rumusan perlu dicari supaya syarikat-syarikat sendirian berhad dan pemilikan tunggal boleh bersaing dengan syarikat multinasional seperti Times, MPH dan Popular Book Store. Persaingan sihat bukan sahaja daripada aspek pengurusan organisasi tetapi pengurusan kewangan, pengurusan premis malahan strategi peniagaan yang menerapkan pengurusan moden.
- Juga dapat dijadikan set bandingan, perubahan dan mobilasi prinsip perniagaan di kalangan pengusaha premis perniagaan sedia ada.
- Cuba mengalah pergantungan kedai buku kepada keperluan institusi pendidikan semata-mata dalam menyediakan penawaran produk kepada masyarakat.

1.11 Masalah Kajian

Pengkaji mengalami kesulitan untuk mendapatkan informasi terutamanya yang menyentuh tentang untung rugi syarikat. Kurangnya kesediaan pekedai buku dalam memberi kerjasama ketika diminta mengisi soal-selidik turut menimbulkan kesukaran. Namun begitu, pengkaji akan cuba berusaha untuk mencari alternatif lain seperti mengambil rumusan daripada perkembangan premis sejak peringkat awal penubuhan hingga ke tempoh kajian ini dijalankan.

Soal-selidik yang diagih-agihkan melalui mel atau serahan tangan, tidak semuanya diterima oleh pengkaji dalam tempoh yang diminta. Berdasarkan kemungkinan ini, penulis mengambil keputusan mengagih-agihkan ke premis penjual buku di seluruh negara yang dikenal pasti memenuhi ciri-ciri kedai buku yang ditetapkan oleh pengkaji sendiri. Daripada 10 borang soal selidik yang dikirim melalui mel udara, hanya dua dikembalikan. Hanya empat borang soal selidik yang dikembalikan daripada 25 yang dihantar dengan serahan tangan. Pengkaji juga telah pergi sendiri bertemu responden namun masih sukar untuk mendapat kerjasama.

Setakat ini, tidak banyak kajian mengenai bidang ini dan bahan rujukan tentang perniagaan buku juga amat terbatas. Untuk itu, pengkaji memerlukan sedikit waktu untuk menilai, menganalisa dan merumus sebarang bentuk penemuan yang bakal ditemui. Namun begitu, dengan bantuan daripada para sarjana dalam bidang penerbitan dan pemasaran, masalah ini akan cuba diatasi.

Pengalaman pengkaji dalam bidang penjualan buku juga menjadi halangan dalam memahami dan mendalami perniagaan ini dengan cepat dan menyeluruh. Oleh itu pasti akan timbul beberapa perubahan, penambahan dan penyesuaian yang perlu dilakukan daripada masa ke semasa malahan memungkinkan perancangan yang dirangka tidak menepati waktu yang ditetapkan.