

4

Amalan Peruncitan Buku di Malaysia: Satu Kajian Awal

Pertimbangan awal ini dibuat berdasarkan pemerhatian pengkaji sewaktu turun ke lapangan dan sebelum mengambil keputusan sama ada mengedarkan borang soal selidik boleh dijadikan andaian dalam memahami senario sebenar perniagaan buku. Berdasarkan pemerhatian kriteria penampilan fizikal kedai buku, pertemuan dan perbualan dengan beberapa pengusaha kedai buku satu gambaran awal tentang senario perniagaan peruncitan buku di Malaysia boleh dirangka.

4.1 BENTUK PERNIAGAAN BUKU DI MALAYSIA

Tidak menghairankan jika anda menemui, premis yang mengantung papan iklan syarikat dengan tertera *Bookstore*, *Bookshop*, *Bookstall*, Kedai Buku, Toko Buku, Galeri Buku atau Pustaka yang tidak menjual buku-buku. Ada antaranya yang menjual majalah dan makanan ringan tidak kurang yang menjual peralatan penulisan tetapi tidak pula kedapatan buku. Atau juga jualan tertumpu kepada buku kerja sekolah, panduan peperiksaan, alatulis, pakaian dan peralatan sekolah, peralatan sukan, minuman, akhbar, majalah, rokok, roti atau makanan ringan. Untuk menimbangkan bahawa kedai itu sebagai kedai buku ini harus pula menimbangkan banyak perkara. Dengan keluasan yang terbatas, jumlah judul per kategori, kategori per jenis yang amat kecil, apakah boleh dikatakan sebagai kedai buku?

Dipercayai beberapa kedai ini pada peringkat awalnya menjual buku namun terpaksa mengubah bentuk perniagaan mereka kepada perniagaan lain. **Kedai Buku Sing Ah Book Co** yang ditemui di bandar Batu Pahat ini adalah antara beberapa tinggalan perkembangan perniagaan buku di Malaysia. Kedai itu kini memenuhi ruang perniagaannya dengan menjual peralatan pertukangan dan pertanian dan satu rak kayu bercermin separas pinggang diletakkan buku. Buku-buku cerita berbahasa Cina yang sudah kekuningan masih diletakkan di ruang kedai.

Kedai-kedai seperti ini turut kedapatan di bandar Melaka Bandaraya Bersejarah, bandar Endau, Mersing, Tapah, Georgetown dan Bukit Mertajam. Rata-rata jumlah perniagaan yang pada mulanya berdaftar dengan jenis perniagaan sebagai perniagaan buku mula sedikit demi sedikit meninggalkan bentuk perniagaan ini. Sekiranya ini tidak dibendung kemungkinan berlaku pertambahan jumlah kedai buku yang ada nama sahaja. **Kedai Buku Mersing** yang dulunya membuka seluruh ruang kedai bukunya untuk meletakkan buku-buku kini tinggal setengah bahagian sahaja. Pengusaha kedai ini telah melebarkan ruang menjual alatulis serta menambah dengan jualan alat sukan, cenderamata, perkhidmatan tempahan mencuci gambar selain menjual beberapa jenis makanan ringan sebagai pendapatan sampingan.

Ketika ditanyakan mengapa harus sedemikian, alasannya mereka tidak boleh bergantung kepada penjualan buku semata-mata demi untuk mempertahankan perniagaan. Permintaan terhadap pasaran buku semakin berkurangan dan mereka harus beralih kepada produk perniagaan yang lebih menguntungkan.

Dakwaan bahawa perniagaan buku semakin suram dan orang ramai kurang berminat dengan buku, saya tersenyum simpul. Ketika ditanya apakah usahanya untuk menarik minat orang ramai, pemilik kedai itu pula tersenyum menyembunyikan kesilapannya.

Ketika saya menemuramah seorang pekedai di Bandar Pelancongan Port Dickson, saya diberi jawapan yang hampir sama. Walaupun begitu saya akur dengan keadaan bahawa kawasan tersebut bukanlah bandar besar namun mestikah itu dijadikan alasan? Mestikah untuk meletakkan kesilapan itu di

tangan pengguna. Bandar Seremban yang boleh dihubungi dalam tempoh kurang daripada 30 minit dengan kemudahan lebuhraya juga tidak menjanjikan kedai buku yang dianggap sempurna. Kedai di bandar itu juga tidak banyak bezanya. Ataukah pemilik kedai ini memikirkan sasaran pembaca adalah ke kota Kuala Lumpur. Jika sedemikian adilkah untuk mengatakan kedai buku sukar untuk berkembang. Haruskah masyarakat umum disalahkan jika mereka tidak menjumpai buku yang memenuhi selera dewasa mereka. Ataukah hanya pelajar yang membaca?

Akibat kepelbagaian bentuk kedai dengan corak pengurusan yang berbeza, pemasaran buku di Malaysia boleh dikategorikan kepada beberapa jenis antaranya seperti peniaga buku bentang dan lipat, pekedai buku kecil, kedai buku agama, kedai buku persendirian dan kedai buku rangkaian. Jenis-jenis perniagaan ini dapat dibezakan antara satu sama lain walaupun ada antaranya agak kurang jelas.

4.1.1 Bentang dan Lipat

Masih kedapatan peniaga buku yang membentang melipat meja ketika menjual buku seperti di zaman-zaman selepas penjajahan Jepun dahulu. Tumpuan mereka di kawasan membeli-belah, di serambi kedai yang sering menjadi tumpuan orang ramai atau di ruang legar kompleks pusat pentadbiran. Seringkali peniaga begini menjual buku-buku agama Islam, sedikit buku-buku kanak-kanak dan buku umum yang bersangkutan dengan pembangunan diri. Jumlah judul kurang 100 judul memudahkan mengurus perniagaan ini. Seringkali tempoh di satu-satu tempat tidak lama atau berakhir apabila kempen dan musim yang diadakan oleh pihak pengurusan kawasan tersebut berakhir. Susunan buku mendatar dengan dua hingga tiga naskhah di peragaan, peniaga tidak memerlukan ruang yang luas. Ini turut memudahkan orang ramai yang lalu-lalang membaca judul buku tersebut sepintas lalu dan mendorong pengguna untuk singgah sebentar melihat-lihat judul peragaan tersebut.

Seringkali peniaga ini mendapatkan buku-buku daripada penerbit dengan potongan 30-40 peratus dan boleh pula dijelaskan secara tunai atau dalam sesuatu tempoh. Prosedur pengurusan yang lebih mudah dan tanggungan kos

overhead yang rendah, potongan harga serta boleh pula tawar menawar ketika berurusniaga turut memberi kelebihan kepada perniagaan bentuk ini. Penampilan imej penjual juga memberi keyakinan kepada pengguna untuk berurusniaga dengan pekedai ini. Dengan kopiah serban, jubah dan air wajah yang jernih, pengguna boleh terpengaruh untuk mendapatkan buku-buku daripada penjual begini berbanding dengan pekedai-pekedai buku yang menjual pelbagai judul buku.

Namun begitu merumus perilaku membeli pengguna adalah subjektif. Beberapa ciri tersebut adalah sebahagian daripada faktor yang boleh menarik pengguna untuk membeli. Jualan *sidelines* sering tertumpu kepada kaset bacaan al-Quran, teks syaran agama atau poster-poster keagamaan seperti doa. Lazimnya pembentangan meja ini disaingi dengan penjualan pakaian-pakaian seperti telekung, songkok, tasbih dan pelbagai barang lain yang dipakai ketika beribadah oleh peniaga lain yang berhampiran. Kaset atau pita video yang terpasang juga dijadikan bahan promosi bagi menarik tumpuan orang ramai.

4.1.2 Pekedai Kecil Buku

Peniaga seumpama ini turut menggunakan nama Kedai Buku, Bookstore dan Pustaka yang dicatatkan di papan iklan premis masing-masing. Namun kedai ini boleh dibezakan dengan jumlah ruang yang kecil dan jumlah buku yang terhad. Jenis buku juga tidak menyeluruh dan sering kali peniaga lebih cenderung untuk meletakkan akhbar, majalah dan karya-karya eceran dengan harga kurang daripada RM10, untuk menjustifikasikannya sebagai kedai buku memerlukan banyak pertimbangan. Khalayak sasaran ialah untuk orang ramai yang menghabiskan waktu menunggu bas atau untuk orang ramai yang lalu-lalang memerlukan bahan bacaan ringan difikirkan masih boleh menguntungkan jika ditadbir dengan baik.

Kedai-kedai buku sebegini banyak kedapatan di kawasan bazaar, stesyen pengangkutan, atau juga kedai-kedai yang dibina oleh MARA di pekan-pekan kecil. Kedai-kedai begini turut menjual makanan dan minuman ringan. Pengurusan kedai begini lebih mudah dan tidak kedapatan institusi pengurusan yang sistematis dalam menguruskan perniagaan ini.

4.1.3 Kedai Buku Agama

Bagi peniaga yang mempunyai modal yang lebih besar, perniagaan buku-buku agama ini mula beralih kepada kedai tetap. Penampilan imej perniagaan mula berubah. **Kedai Buku Muhammad Salleh** di bandar Melaka, dengan semburan minyak wangi Arab, muzik nasyid dan bacaan al-Quran, jubah dan sejadah yang bergantungan di hadapan kedai, kedai ini bersedia untuk melayani pelanggan yang memerlukan. Pengkategorian buku-buku agama mengikut kategori atau jenis iaitu bimbangan kerohanian, kekeluargaan, buku agama untuk kanak-kanak, pengetahuan am serta kisah-kisah para pembesar Islam. Kedai ini dianggap mencukupi syarat kedai buku khusus? Tetapi persoalan timbul mengapakah harus bukan buku yang diletakkan di hadapan kedai. Bagi perniagaan ini apakah yang lebih penting? Apakah oleh kerana tumpungan kos pengurusan yang tinggi, pergantungan kepada buku-buku semata-mata tidak dapat menjamin *survivalnya* perniagaan ini? Oleh itu jalan mudah ialah dengan peniaga ini mula mempelbagaikan produk.

Kedai-kedai buku agama Islam sering diusahakan oleh kaum India-Muslim dan merupakan kedai milik persendirian yang diuruskan sendiri oleh ahli keluarga. Lokasi peletakan kedai buku ini tidak setara dan kebanyakannya menduduki lot rumah kedai.

Rajah Photo 4.1

Kedai Buku Muhamad Salleh di bandar Melaka



Penjualan buku agama di Malaysia tidak hanya tertumpu kepada buku-buku agama Islam. **Salvation Book Centre** dengan 22 cawangan termasuk satu di Singapura menyediakan bahan bacaan untuk masyarakat penganut agama Kristian. Kedai-kedai buku ini terletak di kawasan lot-lot kompleks perdagangan. Imej rangkaian yang diamalkan oleh perniagaan ini, membentuk imej premis yang hampir sama di kebanyakan cawangan.

Antara beberapa faktor yang mempengaruhi penubuhan rangkaian ini adalah antaranya dasar tidak membenarkan buku-buku keagamaan begini dijual di kawasan terbuka berbanding penjualan buku-buku agama Islam yang dimaktubkan sebagai agama rasmi negara.

Bentuk promosi yang giat dan penghantaran katalog, pamphlet atau brosur di kalangan ahli *Praise Club* atau diletakkan di kaunter bayaran premis boleh membantu melariskan jualan. Kempen *Enjoy Discounts Everyday* yang menjadi *trademark* kepada rangkaian ini, turut menjadi tarikan masyarakat. Buku-buku yang dipergarkan mengikut kategori dan penjenisan seperti *bible*, pendidikan, *Sunday School*, fiksyen, rumah tangga dan biografi memudahkan pencarian. Bentuk paparan *face out* menjadi prinsip premis ini daripada buku kanak-kanak hingga buku-buku golongan dewasa.

4.1.4 Kedai Buku Profesional

Kedai-kedai profesional turut kedapatan di negara ini tetapi dalam jumlah terhad. Walaupun masih baru dan jumlah terhad, namun ini adalah perkembangan yang baik dalam perniagaan buku serta saingannya dalam mengarahkan bentuk *product consumer*. **The Page One**, pusat jualan buku-buku senibina, kejuruteraan, lanskap dan perekaan yang terletak di tingkat paling atas Kompleks Membeli-belah LOT 10 di kawasan emas membeli belah Bukit Bintang, Kuala Lumpur sudah mencerminkan status perniagaan ini. Edisi mewah yang memenuhi sebahagian besar ruang peragaan kedai amat bersesuaian dengan bidang-bidang tersebut. Kedudukannya di lot tepi, berhadapan dengan tangga naik *escalator*, kedai buku ini mempunyai tarikan tersendiri. Cahaya lampu yang terang, hiasan dalaman yang menarik dan artistik, rak peragaan yang sederhana tinggi serta aliran laluan dalaman kedai

yang tersusun, pengunjung pasti tidak akan ketinggalan mana-mana bahagian dalam ruang kedai ini.

Oleh kerana penjualan produk bersandarkan nilai estetika, hiasan dalaman mendekati konsep ini juga. Konsep *lighting* memberi impak kepada buku-buku mewah yang kulit luarnya berwarna-warni sudah mempunyai tarikan tersendiri. Peragaan *face-out* turut mencerminkan status kedai buku ini. Jumlah satu hingga tiga naskhah bagi satu judul, kedai buku ini nampak lebih teratur dan kemas. *Sidelines* di kedai buku ini bukanlah menjual peralatan melukis dan alatan teknikal tetapi beberapa keping lukisan kanvas yang bernilai ratusan dan ribuan ringgit. Selain itu beberapa judul *pocket book* diletakkan berhampiran meja kasyier, pelanggan yang keluar daripada premis ini pasti tidak senang hati tanpa sesuatu yang boleh dibawa pulang.

Penerapan idea dan strategi perniagaan daripada peringkat promosi dan peragaan dan penampilan premis cuba mendekati idea Burstiner(1991). Dengan sokongan promosi dalaman kedai, akan menarik tumpuan orang ramai dalam merangsang dan memujuk untuk masuk dan membeli.

Walaupun perkembangan komputer di negara ini agak rancak, kedai buku khusus yang menjual buku-buku khusus mengenai komputer tidak ditemui sepanjang perjalanan turun ke lapangan. Kebanyakan kedai komputer menumpukan penjualan komputer, mesin pencetak, komponen komputer, aksesori komputer dan membiarkan buku-buku bidang itu dijual di kedai-kedai buku yang siap sedia menyediakan bahagian tersendiri untuk bahan bacaan ini. Harga senaskhah judul yang tinggi dan peratus yang membeli rendah, pemilik premis komputer memikirkan ketidak wajarannya untuk mengalih perhatian kepada pembukaan kedai buku komputer.

4.1.5 Kedai Buku Sewa

Peniagaan sewa buku dan jualan buku terpakai juga bukanlah asing di negara ini. Malahan pertumbuhannya lebih pesat kebelakangan ini. Masalah seperti harga buku tinggi, budaya membaca tetapi bukan memiliki, mudahnya mendatangi premis ini berbanding meminjam di perpustakaan telah mengubah

corak pembacaan masyarakat. Pengguna hanya perlu membayar sejumlah deposit untuk membaca bahan bacaan tersebut dan setelah tamat membaca boleh dipulangkan dan bayaran pendahuluan boleh dikembalikan.

Antaranya **Bangsar Book Rental** yang menyediakan bahan bacaan pelbagai bidang untuk disewa. Malahan orang ramai boleh memesan buku yang dikehendaki di premis ini. Walaupun perniagaan ini dalam satu keadaan menjelaskan peratus jualan buku penerbit dan pekedai buku, namun dalam satu aspek lain boleh dijadikan pemangkin kepada penerbit mahupun pekedai buku melancarkan strategi perniagaannya. **Noble House** antaranya menawarkan khidmat pinjaman novel-novel dan karya-karya fiksyen tempatan mahupun luar negeri daripada pelbagai bahasa.

4.1.6 Kedai Buku *Rare*

The Book Chamber yang terletak di pusat elit Bangsar menyediakan pelbagai pilihan judul yang jarang kedapatan di negara ini. Konsep *rare books* diamalkan sesuai dengan lokasi dan kawasan ini dilingkungi dengan beberapa gedung ilmu. Kawasan penempatan di sekitar lokasi ini yang banyak menempatkan warga asing, *rare books* mempunyai khalayak tersendiri. Lokasinya serta nama yang terlalu sinonim dengan gedung membeli-belah di Amerika, **Book Chamber** mempunyai masa depan yang cerah untuk berkembang sekiranya diuruskan dengan baik.

4.1.7 Kedai Buku Bahasa Cina

Rakyat Malaysia yang majmuk ini, bidang ilmu juga bersifat majmuk. Buku-buku Bahasa Cina diedarkan oleh saluran pengedaran sendiri. **South East Asia Book Co** yang terletak di Jalan Carnarvon, Pulau Pinang dan **Kedai Buku Sin Sin** di bandar Seremban, **Kedai Buku Chiang** di bandar Melaka, adalah antara contoh-contoh kedai buku yang menjadi pengedar bahan-bahan bacaan kepada sekolah-sekolah aliran Bahasa Cina. Penjualan tertumpu kepada pengedaran dan penjualan secara runcit hanya dilakukan sekiranya ada permintaan. **South East Asia Book Co** menguruskan pengedaran buku-buku teks, bantuan peperiksaan serta bahan bacaan tambahan untuk sekolah-

sekolah Jenis Kebangsaan Cina di seluruh negeri-negeri Malaysia Utara. **Central Book Store** pula menjadi pengedar buku-buku ke sekolah-sekolah beraliran Bahasa Cina bagi kawasan Batu Pahat dan Muar.

Pengedaran buku-buku sebegini kini dipecah monopoli dengan kehadiran Popular Book Store yang menyediakan pelbagai bahan bacaan bahasa ini di samping bahasa Melayu dan Bahasa Inggeris. Kehadiran kedai ini serta kedai-kedai buku persendirian seperti **Pustaka Seri Intan** di bandar Kuala Terengganu yang menjual buku bahasa Cina dengan lebih menarik, serba-sedikit mengurangkan pergantungan kepada kedai-kedai tradisional ini.

4.1.8 Kedai Buku Bahasa Tamil

Membincangkan mengenai penerbitan dan penjualan buku-buku Tamil agak sukar ditemui. Penjualan bahan bacaan ini, tidak secara meluas seperti jualan buku bahasa Cina, Melayu dan Inggeris.

4.1.9 Kedai Buku Umum Persendirian (Agen Dewan Bahasa dan Pustaka)

Kedai-kedai buku persendirian yang boleh dikategorikan sebagai kedai buku kebanyakannya syarikat di bawah lindungan Dewan Bahasa dan Pustaka (DBP). Pembentukan saluran pengedar buku DBP iaitu dengan melantik syarikat pembahagi-pembahagi di beberapa zon, membentuk kedai buku DBP. **Pustaka Harfa** di Seberang Prai, **Syarikat Muda Osman** di Kota Bahru dan **Syarikat Ghani Ngah** di Gopeng, Perak adalah antara 68 syarikat lantikan DBP.

Kedai-kedai ini membina imej tersendiri. Antaranya dengan papan iklan yang tertera logo DBP, warna putih biru, bentuk rak buku yang sama dan pekedai harus menjual dan mengedar bahan-bahan terbitan badan berkanun itu, kedai ini mempunyai khalayak terbesar daripada kalangan pelajar sekolah dan institut pengajian tinggi. Jika seseorang ingin membeli bahan rujukan, karya-karya professional oleh penulis negara, karya professional yang diterjemahkan,

bahan rujukan kesusasteraan, kesenian, sejarah atau *rare books* dalam bahasa Malaysia, bolehlah membuat pilihan di kedai-kedai buku lantikan penerbitan itu.

Penetapan fizikal kedai yang diberikan oleh pihak DBP, kedai buku ini boleh dibezakan dengan kedai buku milik persendirian yang lain. Kepentingan kedai buku ini di setiap kawasan dan perubahan permintaan masyarakat sekitar serta kelembapan jualan buku terbitan badan penerbitan negara itu, pekedi mula menerima buku-buku daripada penerbit tempatan lain mahupun buku-buku import. Hasilnya kedai buku ini dapat menyediakan keperluan bahan bacaan daripada golongan kanak-kanak hingga dewasa, daripada bahan bacaan pra-sekolah hingga kepada bahan bacaan professional dan bahan bacaan sekolah hingga kepada pengetahuan umum.

4.1.10 Kedai Buku Umum Persendirian (Bukan Agen Penerbitan Dewan Bahasa Pustaka)

Kewujudan kedai-kedai buku khusus dengan identiti dan keistimewaan tersendiri serta mampu mencipta khalayak tersendiri memberi cabaran kepada peniaga buku umum dan tradisional. Perniagaan buku umum dan tradisional ini lazimnya pemilik tunggal atau sendirian berhad yang wujud lama. Ada antaranya diwarisi daripada ahli keluarga atau diambil alih daripada pengurusan terdahulu. Timbul kesukaran untuk mengkategorikan bentuk perniagaan buku memandangkan kedai buku persendirian adalah juga kedai buku yang ditubuhkan berdasarkan ketetapan DBP.

Namun begitu, kedai buku persendirian lebih boleh dikenalpasti dengan melihat produk dan keadaan pengurusan. Kedai buku persendirian mempunyai satu premis sahaja dan memberi perkhidmatan kepada penduduk setempat. Antaranya **Read** di Bangsar dan **Kancil Mas** di Damansara dan Bangsar.

4.1.11 Kedai Buku Korporat

Kedai buku ini dinaungi oleh satu badan induk. Walaupun ada antaranya tidak diuruskan sepenuhnya oleh badan induk tetapi konsep penubuhannya mengambil konsep penubuhan badan induk yang dinaungi.

Walaupun jumlah kedai buku sebegini agak terbatas namun kewujudannya memberi impak besar kepada sistem pemasaran buku. Bagi institusi pengajian tinggi awam, kehadiran kedai-kedai buku di kawasan kampus turut mendapat perhatian mengalakkannya daripada masyarakat umum. **Kedai Buku Koperatif Universiti Malaya** umpamanya yang tersenarai sebagai kedai buku paling maju di negara ini, umpamanya bukan sahaja menjadi tumpuan pelajar dan golongan sarjana di pusat pengajian itu malahan masyarakat luar.

News Straits Times melalui anak syarikatnya Berita Publishing telah membuka cawangan **Berita Book Store** untuk mengedarkan buku-buku terbitannya. Selain daripada memasarkan buku terbitannya sendiri, kedai buku ini turut menawarkan produk import serta karya-karya tempatan yang berurusan dengan syarikat akhbar terbesar ini.

Galeri Buku DBP pula adalah *showroom* bagi DBP. Jumlah premis ini terbatas dan penawaran produk tertumpu kepada hasil terbitan syarikat penerbitan itu. Galeri ini turut berfungsi sebagai orang tengah dalam pengedaran buku sebelum dihantar kepada peniaga-peniaga buku yang terdapat di negara ini.

4.1.12 Kedai Buku Berangkaian

MPH Bookstore, **Times Bookshop** dan **Popular Book Store** adalah antara rangkaian kedai buku yang boleh didapati di sebahagian besar negeri di negara ini. Rangkaian kedai-kedai buku ini menawarkan buku-buku daripada pelbagai kategori dan mempunyai imej penampilan premis secara moden. Pengurusan melalui badan induk dan setiap cawangan ditadbir oleh pengurus cawangan. Pembukaan premis di bandar-bandar utama seluruh negara, kedai buku berangkaian ini berjaya memonopoli pasaran buku negara. **MPH Bookstore** dan **Times Bookshop** umpamanya lebih menekankan kepada buku-buku berbahasa Inggeris dan buku-buku import manakala **Popular Book Store** walaupun menjual buku dalam bahasa Malaysia tetapi harus pula bersaing dengan penerbitan bahasa Cina dan terbitan luar negara.

Bagi negeri Johor, kehadiran **Johor Central Store** yang membuka enam cawangan di bandar Johor Bahru sahaja dan **Badan Cemerlang Sdn Bhd** di lima cawangan di seluruh negeri Johor memberikan khidmat jualan dan pengedaran buku di negeri tersebut. Penampilan kedai-kedai ini setanding dengan rangkaian-rangkaian MPH cuba untuk memberi persaingan. Hasilnya daripada tinjauan yang dilakukan, kedai buku rangkaian tempatan ini mampu mengaut lebih keuntungan dan semakin melebarkan ruang untuk mengembangkan ruang perniagaan juga dalam usaha untuk menambahkan rangkaian kedai buku mereka. Kedua-dua rangkaian kedai buku tempatan ini, menyediakan pelbagai kategori buku daripada bahasa Melayu dan Inggeris dan menentukan sasaran yang lebih meluas kepada masyarakat umum.

Syarikat Hasani yang beribu pejabat di Sungai Petani pula bertindak sebagai pekedai dan pengedar buku di kawasan utara. Rangkaian kedai syarikat ini masih terikat dengan cara lama namun turut memberi saingan kepada pekedai-pekedai buku rangkaian multinasional malahan satu wahana penawaran buku-buku terbitan tempatan. **Syarikat United Book** yang mempunyai rangkaian cawangan di banyak tempat pula kurang memberi tumpuan kepada aktiviti jualan peruncitan. Premis ini lebih menumpukan kepada pengedar buku-buku ke sekolah-sekolah dan lebih melayani pelanggan yang membeli dengan jumlah yang banyak. Di sesetengah tempat yang kurang pengedar buku-buku, syarikat ini turut mengedar buku-buku bantuan peperiksaan ke sekolah-sekolah aliran Melayu.

Ramai yang berandaian bahawa kedai buku multinasional adalah lebih profesional dalam penjualan buku berbanding dengan kedai-kedai buku tempatan. Faktor ukuran daripada segi keluasan premis, jumlah produk, jenis produk dan bentuk peragaan adalah antara yang menjadi ukuran asas. Kedai buku persendirian adalah seperti *khutubkhanah berbayar sekolah* hanya sesuai untuk sasaran pasaran kalangan pelajar, guru-guru atau ibu bapa yang mempunyai anak masih bersekolah. Andaian ini ada kebenarannya. Daripada tinjauan dan pemerhatian yang dilakukan, tumpuan masyarakat profesional ke kedai buku-buku yang lebih moden ini, pengguna tidak boleh disalahkan. Malahan boleh dikatakan kedai buku sendirian berhad atau pemilikan tunggal mengisi keperluan pelajar sekolah dan lebih bercirikan masyarakat setempat.

Manakala kedai buku rangkaian pula mengisi keperluan masyarakat umum dan masyarakat yang lebih terpelajar.

Oleh itu dalam mengkategorikan jenis perniagaan buku, harus meneliti ciri-ciri fizikal kedai buku, corak pengurusan, skala perniagaan, perkhidmatan yang diberikan dan sejauh mana perniagaan itu mematuhi ciri-ciri kedai buku khusus. Mengkategorikan kedai buku tetapi penampilan tidak sinonim dengan kedai buku khusus, akan hanya merendahkan martabat perniagaan jenis ini. Malahan secara puratanya ini akan menjaskankan nilai komersil perniagaan buku dan mengakibatkan perniagaan yang terkebelakang terus tertinggal daripada seiring dengan perniagaan yang lebih moden dan terurus. Jika keadaan ini tidak diambil langkah wajar oleh persatuan peniaga buku umpamanya ada kecenderungan kedai-kedai buku kecil dan ditadbir secara tidak profesional ini terkubur begitu sahaja.

4.2 RANGKAIAN PENGEDARAN BUKU DI MALAYSIA

Kuala Lumpur yang menjadi pusat tumpuan penerbitan, memaksa penerbit memikirkan langkah yang paling ekonomik dalam memasarkan produk dari selatan hingga ke utara, dari barat hingga ke timur negara. Ketidak upayaan semua penerbit untuk melakukan pemasaran sendiri, mewujudkan pengantara agar bahan-bahan terbitan itu dapat sampai mudah di tangan pengguna.

Dalam mencari perkaitan antara penerbit hingga kepada pengguna, berlaku ketidakrigidan sistem pengedaran buku. Ada sesetengah penerbit hanya melantik pemborong untuk menguruskan pemasaran bahan terbitannya. Ada pula yang melantik pemborong manakala di kawasan lain dilantik pengedar dan sekiranya ada permintaan daripada pekedai buku, penerbit turut sedia melayani pesanan tersebut. Penubuhan kelab buku, atau membuka ruang pameran sendiri, penerbit tidak memerlukan agen pengantaraan dalam melayani kehendak pelanggan. Namun hakikatnya penerbit tidak mampu memenuhi kehendak keseluruhan kehendak sasaran pengguna.

Penerbit akan melantik pemborong untuk menguruskan aktiviti pemasaran. Pemborong boleh dibahagikan berdasarkan zon seperti dalam konteks Malaysia

utara, selatan, timur, tengah atau Malaysia Timur. Pemborong pula akan memecahkan saluran pengedaran kepada pengedar-pengedar. Kedudukan pengedar ini lebih dekat dengan peruncit-peruncit sama ada di peringkat negeri atau daerah-daerah. Pekedai buku akan mendapatkan bekalan produk ini daripada pengedar ini dan setiap pesanan daripada peruncit adalah menjadi tanggungjawab pengedar untuk mendapatkannya daripada pemborong. Melalui saluran pengedaran ini, hubungan terus antara peruncit dan penerbit tidak berlaku. Antara satu peruncit dengan peruncit lain pula boleh menjalankan peranan masing-masing dengan layanan lebih adil daripada aspek syarat perniagaan dan peratus diskau. Suasana ini turut membina persaingan yang sihat antara satu peruncit buku dengan yang lain. Kesefahaman ini turut memberi kesan kepada industri buku secara keseluruhan. Oleh kerana tumpuan perniagaan kepada aktiviti peruncitan, perniagaan akan merancang seluruh jentera dalam perniagaan ke arah kejayaan perniagaan itu. Ini termasuklah sistem pengurusan organisasi, premis, produk, dan melancarkan seluruh strategi pemasaran dalam mengaruh pengguna akhir untuk datang ke kedai dan membeli.

Kejadian saman menyaman pemilik kedai buku persendirian terhadap dua syarikat gergasi iaitu Borders Group, Inc. dan Barnes and Noble di Amerika Syarikat akibat tidak wujudnya persefahaman pengedaran antara penerbit dengan pekedai-pekedai buku persendirian. Oleh kerana kedua-dua kedai buku rangkaian ini mendapatkan manfaat daripada pembekalan terus daripada penerbit, harga buku-buku di premis-premis peruncitannya boleh dijual pada harga yang lebih rendah berbanding kedai-kedai buku persendirian yang tidak mendapatkan insentif diskauan seperti yang diterima oleh kedua-dua syarikat itu.

Dalam suasana sebenar, perniagaan buku melalui sistem pengedaran yang lebih rumit dan tidak tersusun. Penerbit tidak lagi memberi tumpuan kepada pemborong dalam memasarkan terbitan mereka tetapi melayani setiap pesanan daripada keseluruhan agen pengedaran hingga melayani pengguna hingga ke pintu rumah. Penubuhan kelab buku oleh penerbit adalah contoh terbaik yang dicipta dalam memahami ketidak rigidan sistem pengedaran buku.

Sistem pengedaran sebegini telah menimbulkan masalah dalam sistem pemasaran buku di Malaysia. Kecenderungan untuk merendahkan harga kos, mendapatkan diskaun yang tinggi, menyekatkan keterbukaan sistem pasaran produk ini. Peruncit lebih bersedia untuk memesan judul yang memberi imbalan yang lebih tinggi berbanding daripada tujuan utama untuk menghidangkan sebanyak informasi kepada orang ramai.

Penerbit DBP umpamanya mengedarkan buku-buku kepada 68 syarikat pembekalnya yang turut berfungsi sebagai agen peruncitan buku. Oleh itu pekedai buku adalah peruncit selain bertindak sebagai pengedar yang akan mengedarkan ke kedai buku yang lebih kecil dan institusi yang berlanggan dengan penerbit itu.

Creative Enterprise Sdn Bhd (CESB) pula melantik agen-agen lantikannya dalam memasarkan produk penerbitannya. Namun begitu bahagian pemasaran penerbit ini masih melayani pesanan ahli kelab dan pesanan terus daripada pekedai buku yang tidak didatangi oleh agen -agen lantikannya.

Creative Enterprise Sdn. Bhd dan Edusytem Sdn Bhd adalah antara penerbit yang mempunyai Kelab Pembaca yang aktif. Ahli-ahli kelab akan yang diberikan diskaun harga sehingga 25 peratus bagi pesanan melalui mel. Creatives Enterprise memasukkan iklan penerbitan novel-novel dalam Majalah Gila-Gila terbitannya manakala Berita Book Store pula mengiklankan borang pesanannya melalui akhbar terbitan New Straits Times Press. Penerbit DBP pula selain mempunyai ahli kelab buku, orang ramai boleh mengunjungi Gelari DBP atau membuat pesanan melalui borang pesanan dalam sisipan yang dikepulkan di dalam majalah-majalah terbitannya.

Perkembangan teknologi maklumat dan era digital, pengguna boleh membuat pesanan di laman web penerbit. Antaranya Federal Publications yang menerbitkan buku sekolah dan bahan bacaan umum. Pada peringkat awal ini tidak banyak penerbit yang menyediakan laman web sendiri memandangkan prospek masa depannya yang masih kabur dan kurangnya kakitangan yang terlatih dalam menyediakan perkhidmatan ini.

Keratan Grafik 4.2
Borang Pesanan Pembelian Novel-novel CESB

Kerana sayangkan anda, kami tidak mahu anda bersus
Pilih, pilih dan terus ke alamat kami. Ia bakal sampai!

* Tandakan ✓ pada kotak yang disediakan.

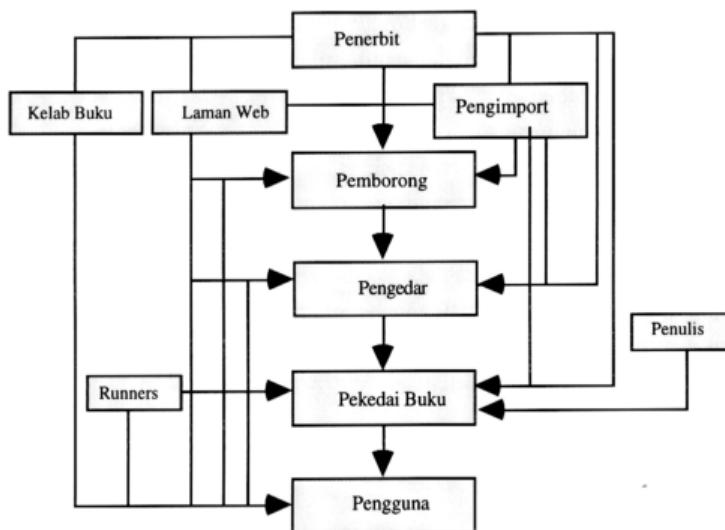
Tajuk / Penulis.	(NOVEL CREATIVE)	Jumlah but
1. AIRANI / ABDUL TAIB HASSAN - RM 6.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
2. ANGGERIK KOTA / SAMSIAH MOHD NOR - RM 6.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
3. ANOM SURAYA / SAMSIAH MOHD NOR - RM 6.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
4. ABITA KESUMA / ABDUL TAIB HASSAN - RM 10.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
5. AL-ABRAR / HASANJUDIN MD. ISA - RM 14.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
6. ASSYIDA / LANA AFIERA MALIK - RM 14.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
7. ATIEK PUTRIEA / AZIZI HAJI ABDULLAH - RM 11.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
8. AHAYANDA / AZIZI HAJI ABDULLAH - RM 12.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
9. DUNGA BUKAN SEMUSIM / ELIAS HAJI IDRIS - RM25.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
10. BAHANG / ISMAIL BABU - RM 11.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
11. BERAYANG UNGU / ABDUL TAIB HASSAN - RM 6.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
12. BELENGGU KASIH / KAMARAHSAFRI - RM 7.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
13. BERMADU DALAH CINTA / HAFIZAH DAUD - RM 8.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
14. BONEKA / ABDUL RAHIM AWANG - RM 15.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
15. BUNGA HUJAN / FATIMAH KASSIM - RM 6.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
16. B.A / MISHAR - RM 26.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
17. BILA SENI KEMBALI BERBURONGA / AMARUSZATI NOOR RAHM - RM 10.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
18. BIUH / AZIZI HAJI ABDULLAH - RM 7.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
19. BLACK WIDOW / RAJA AZIZ RAJA SULTANAH - RM 11.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
20. CANGEREA / RAHA NORIDIN - RM 4.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
21. CEHSAN MEMORI / AZURA ABDULLAH - RM 12.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
22. CINTA SEMALAM / ABDUL TAIB HASSAN - RM 6.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
23. CINTA ABADI / HASIRAH ABDUL RAHMAN - RM 11.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
24. DAGA / MAZHAN NORDIN - RM 9.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
25. DAN...MMPI PUN BERGUGURAN / LANA AFIERA MALIK - RM24.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
26. DENDAM / MAULIDUN - RM 7.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
27. DI RAHANG SUMPAH / ABDUL TAIB HASSAN - RM 6.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
28. DI SEBAIK RAHSIA / MUZA ATAN - RM 8.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
29. DI SINI URUGURNYI MUSIN KASIH / SITI ROHAYAH ATAN - RM 14.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
30. DIARI SAYANG / FATIMAH KASSIM - RM 6.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
31. DINIHAPI / ZEERI KAMENG - RM 6.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
32. DONIA / LAMIA AIMAL - RM 11.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
33. DUNIA BUKAN SYURGA / AZIZI HAJI ABDULLAH - RM10.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
34. DURI SARAJEVO / MOHAMMAD NAZIR - RM12.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
35. DURI AWAI POHON MALE / ISMAIL AZMAN OMAR - RM 9.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
36. EPISOD CINTA BELIAU DERAKHIR/HABIBIAH RAHIMAT - RM 13.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
37. FITRAH / AHMAD FAUZI JELAS - RM 13.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
38. GENERASI YANG HILANG / ABDUL RAHIM AWANG - RM 6.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
39. GELUMJANG / ZAINAL BUJANG HUSSIN - RM 13.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
40. GENERASI / HASANNUDDIN MD ISA - RM12.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
41. GIGOLLO / AHADAT AKACHAH - RM 6.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
42. HILANG REBAS DI ANGKASA / SAMSIAH MOHD. NOOR - RM 7.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
43. HIRISAN / HASANJUDDIN MD. ISA - RM 7.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
44. HORIZON / AHADAT AKACHAH - RM 6.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
45. INANG SARI / SABARAH ARARU - RM 21.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
46. IGUALAN / ROSLI MUDA IDRIS - RM 14.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
47. INDAHINYA BUDI / HAIZURA EDERS - RM 9.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
48. JEJAK-JEJAK SONGSANG / ABDUL RAHIM AWANG - RM 7.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
49. JELAGA / ABDUL TAIB HASSAN - RM 6.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
50. JEREBUG / ABDUL TAIB HASSAN - RM 14.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
51. JIBAM / UIANG - RM 6.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
52. KHAILEE / ABDUL TAIB HASSAN - RM 16.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
53. KASANOVA / ZAINAL BUJANG HUSSIN - RM 12.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
54. KABUS / MUSA ATAN - RM 5.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
55. KALAU MAWAR MEKAR BERBUNGA / MAHARAMMAMAT - RM19.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
56. KEHLANGAN / ELIAS HAJI IDRIS - RM 24.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
57. KELOPAK ANGGERIK / MOHD ISNIN TAWAF - RM 6.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	
58. KERAKNA KASIH / SITI ZABEHA IBRAHIM - RM 11.90	1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 <input type="checkbox"/>	

- BORANG FOTOSTAT DI THEMATIKA -

Borang ini merupakan pesanan dualis dan bersifat berjaya. Beliau/ Beliau perlu menyerahkannya kepada Alam Sekitaran borang ini kepada pesanan dualis dan bersifat berjaya.	
Borang ini merupakan pesanan dualis dan bersifat berjaya. Beliau/ Beliau perlu menyerahkannya kepada Alam Sekitaran borang ini kepada pesanan dualis dan bersifat berjaya.	
1. RM 1.00	2. RM 1.00
3. RM 1.00	4. RM 1.00
5. RM 1.00	6. RM 1.00
7. RM 1.00	8. RM 1.00
9. RM 1.00	10. RM 1.00
11. RM 1.00	12. RM 1.00
13. RM 1.00	14. RM 1.00
15. RM 1.00	16. RM 1.00
17. RM 1.00	18. RM 1.00
19. RM 1.00	20. RM 1.00
21. RM 1.00	22. RM 1.00
23. RM 1.00	24. RM 1.00
25. RM 1.00	26. RM 1.00
27. RM 1.00	28. RM 1.00
29. RM 1.00	30. RM 1.00
31. RM 1.00	32. RM 1.00
33. RM 1.00	34. RM 1.00
35. RM 1.00	36. RM 1.00
37. RM 1.00	38. RM 1.00
39. RM 1.00	40. RM 1.00
41. RM 1.00	42. RM 1.00
43. RM 1.00	44. RM 1.00
45. RM 1.00	46. RM 1.00
47. RM 1.00	48. RM 1.00
49. RM 1.00	50. RM 1.00
51. RM 1.00	52. RM 1.00
53. RM 1.00	54. RM 1.00
55. RM 1.00	56. RM 1.00
57. RM 1.00	58. RM 1.00
59. RM 1.00	60. RM 1.00
61. RM 1.00	62. RM 1.00
63. RM 1.00	64. RM 1.00
65. RM 1.00	66. RM 1.00
67. RM 1.00	68. RM 1.00
69. RM 1.00	70. RM 1.00
71. RM 1.00	72. RM 1.00
73. RM 1.00	74. RM 1.00
75. RM 1.00	76. RM 1.00
77. RM 1.00	78. RM 1.00
79. RM 1.00	80. RM 1.00
81. RM 1.00	82. RM 1.00
83. RM 1.00	84. RM 1.00
85. RM 1.00	86. RM 1.00
87. RM 1.00	88. RM 1.00
89. RM 1.00	90. RM 1.00
91. RM 1.00	92. RM 1.00
93. RM 1.00	94. RM 1.00
95. RM 1.00	96. RM 1.00
97. RM 1.00	98. RM 1.00
99. RM 1.00	100. RM 1.00

Keadaan-keadaan ini turut menimbulkan ketidak seragaman perniagaan peruncitan negara yang secara tidak langsung mewujudkan pelbagai variasi kedai buku. Kedai buku tidak dapat dikenal pasti identiti sebenar lantaran tidak perlu bergantung kepada jualan runcit kerana pendapatan dalam mengedarkan secara borong lebih menjamin keuntungan.

Rajah Grafik 4.3
Saluran Pengedaran Buku



(Kajian 1999)

Rajah Grafik 4.3 boleh menggambarkan situasi sebenar sistem pengedaran buku di Malaysia. Kewujudan penerbit, pemborong, pengimport, pengedar, runners, penulis; hubungan antara peruncit dan pembekal tidak lagi bersifat tradisional. Adanya kelab buku, halaman internet, pesanan mel, transaksi antara penerbit terus kepada pengguna tidak lagi asing.

Sekiranya masalah pemasaran buku ini tidak dibendung dan Persatuan Penjual Buku Malaysia tidak memikirkan strategi perlu dalam pengedaran buku, perniagaan persendirian akan berhadapan dengan kadar diskau yang tidak selaras. Jika keadaan ini berlanjutan pekedai buku persendirian sukar berkembang dan syarikat-syarikat rangkaian yang membuat pesanan secara pukal akan mendapatkan faedah yang lebih baik.

4.3 CORAK PENGURUSAN PERUNCITAN BUKU DI MALAYSIA

Kedai-kedai buku tradisional masih terikat dengan pengurusan lama adalah antara beberapa faktor yang dikenalpasti memudarkan senario perkembangan perniagaan buku yang seterusnya menjelaskan aliran pemasaran buku di negara ini. Bentuk pengurusan ‘sendirian’ iaitu pemilik adalah pengurus perniagaan, pengira kewangan, pengurus pesanan, penjaga kaunter dan pelayan pelanggan. Beberapa orang ahli keluarga mungkin membantu apabila kelapangan atau ketika diperlukan. Luas kedai kurang 1 000 kaki persegi dengan judul yang terbatas mungkin tidak menjadi masalah kepada peniaga namun daripada segi jangka panjang, perkembangan perniagaan ini agak lembap. Tidak juga menghairankan bahawa banyak kedai-kedai buku di Malaysia seperti kedai runcit yang anda boleh mendapatkan buku, majalah mahupun keperluan harian.

4.3.1 Pengurusan Organisasi

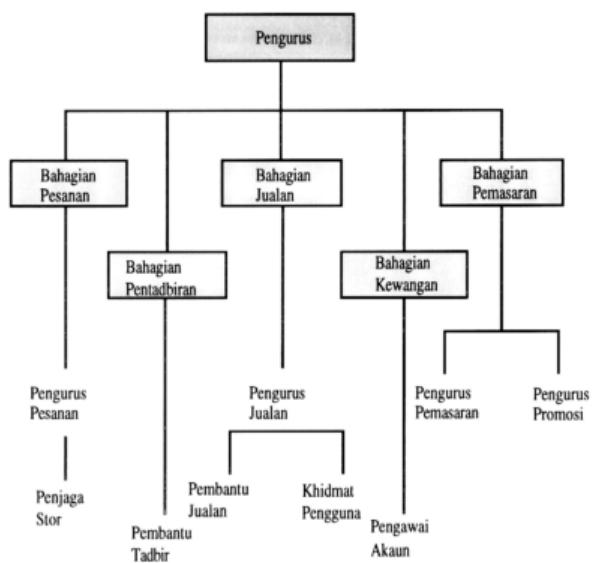
Majoriti perniagaan buku di Malaysia dimiliki secara pemilikan tunggal dan sendirian berhad manakala bagi syarikat rangkaian dimiliki secara berhad. Dengan pemilikan satu ringgit, seseorang boleh memulakan perniagaan buku sebagaimana yang tertera dalam borang pendaftaran syarikat. Penyeliaan dan pengawalan oleh Kementerian Perdagangan Dalam Negeri yang tidak meletakkan syarat penubuhan perniagaan buku serta tidak ada undang-undang yang menjelaskan bahawa peniaga buku harus berdaftar dengan Persatuan Penjual Buku, turut mengakibatkan banyak syarikat buku yang wujud pelbagai bentuk dan skil perniagaan.

5.3.1.1 Amalan Pengurusan

Sebagai satu bentuk perniagaan milik tunggal dan milik persendirian, perancangan perniagaan hendaklah disusun berdasarkan satu penyelidikan pasaran. Perniagaan buku yang kebanyakannya adalah untuk keperluan pengguna setempat, seharusnya keputusan memulakan perniagaan bermakna pengurus perniagaan telah bersedia untuk menghadapi sebarang kemungkinan.

Bentuk pemilikan ini seharusnya juga lebih bebas dan sub-sub perancangan yang bersifat jangka pendek harus diaplikasikan dari semasa ke semasa. Pemantauan dan penyesuaian harus dilakukan lantaran tidak perlunya melalui proses birokrasi yang kadang kala melambat proses pengurusan.

Rajah Grafik 4.4
Hierarki Pengurusan Kedai Buku



(Kajian 1999)

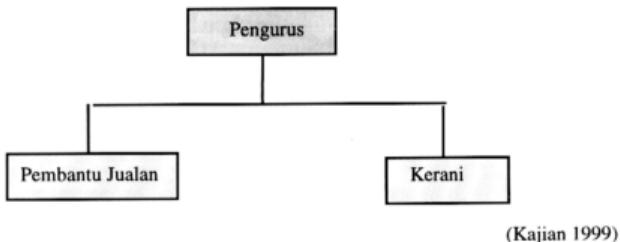
Sekiranya ini diaplikasi, pengurus perniagaan buku akan sentiasa memberi penekanan kepada pengurusan kedai buku masing-masing. Adalah tidak mungkin keadaan, kepincangan dan masalah yang ditanggung oleh peniaga, berlanjutan yang telah membantutkan perkembangan perniagaan ini.

Namun dalam tinjauan sebenar, untuk menjimatkan kos pengurusan, pengurus adalah pembuat keputusan dan pengurusan organisasi hanya dibantu dengan pembantu kedai dan seorang kerani untuk urusan pengkeranian dan kewangan. Kedai Buku Budiman, Mersing hanya menggaji dua pembantu jualan. Dengan bantuan keluarga dan pemilik sebagai pengurus, peniaga ini menjalankan tugas sehariannya.

Keadaan ini turut menjadi amalan di beberapa kedai buku kecil yang mempunyai modal pusingan yang lebih kecil. Alasan bahawa pulangan perniagaan buku tidak menjanjikan untuk menggaji ramai pekerja, pengkaji memikirkan sejauh mana rasionalnya nilai perniagaan ini.

Oleh itu bolehlah, satu gambaran bahawa perniagaan ini, mempunyai birokrasi pengurusan yang mudah dan seorang pekerja boleh memikul bebanan ttugas yang pelbagai. Hierarki pengurusan boleh didapati daripada Rajah Grafik 4.5.

Rajah Grafik 4.5
Heirarki Pengurusan Kedai Buku Kecil



Namun bagi organisasi yang lebih besar dan terancang, birokrasi pengurusan adalah lebih sistematik seperti dalam Rajah Grafik 4.4. Pengurus

dibantu dengan jentera pentadbiran, pemasaran dan kewangan yang tidak terhad kepada ahli keluarga. Oleh kerana masing-masing harus diberi imbalan terhadap tugas yang diberi, perkembangan perniagaan ini lebih cergas berbanding dengan kedai-kedai buku milik sendirian yang agak lembap.

4.3.1.2 Pengurusan Sumber Manusia

Pengurusan yang cekap memerlukan kerjasama setiap petugas dalam organisasi. Pemilihan kakitangan yang terlatih, cekap dan dedikasi adalah keuntungan kepada perniagaan. Perniagaan yang melibatkan secara terus dengan pengguna, pemilihan pekerja adalah satu aset yang perlu dijaga oleh pengurusan.

Perniagaan buku yang melibatkan uni-produk dan kekerapan produk baru yang tinggi, menggaji pekerja yang peka dengan perubahan semasa dapat mengurangkan bebanan pengurusan. Pekerja yang mencintai ilmu dan gemar membaca akan mengambil kesempatan waktu terluang untuk membaca naskah judul yang terdapat dalam premis. Oleh itu sekiranya diminta bantuan oleh pelanggan, pembantu kedai ini boleh membantu.

Sekiranya judul yang diminta tidak terdapat di rak peragaan, pembantu jualan atau kasyier tidak seharusnya tergesa-gesa mengatakan kehabisan stok. Peruntukkan sedikit waktu untuk berjalan ke rak bahagian judul diminta atau merujuk dalam senarai stok. Pelanggan akan berasa dihargai dan lebih yakin bahawa judul tersebut telah habis.

Pembantu jualan boleh mencadangkan judul-judul yang hampir sama dan mempunyai kandungan yang hampir sama daripada mencadangkan pelanggan untuk mencari di premis lain. Berdasarkan pengalaman dan pemerhatian Feargal Quinn, jutawan Ireland mengingatkan pengusaha perniagaan buku supaya;

Never advise a customer to try somewhere else, because that amounts to sending them to a competitor.

(Garver, 1997;17)

Sekiranya judul masih dalam proses penghantaran setelah pesanan semula, anda boleh mencadangkan supaya pelanggan itu datang kembali atau sekiranya

judul tersebut masih baru di pasaran, pengurusan boleh memikirkan kewujudan judul tersebut. Walau bagaimanapun anda harus melayani pelanggan dengan sopan dan jujur. Feargal Quinn mengamalkan prinsip bomerang untuk merangsang pengguna mengunjungi premis mereka dalam pembelian kedua dan seterusnya. Perkhidmatan dan layanan selain pemilihan judul penawaran adalah tarikan pengguna untuk datang kembali.

Petugas di bahagian perkhidmatan pelanggan atau di kaunter hadapan ini, harus memahami bahawa pembelian buku adalah;

book buying is something not to be rushed. Buyers like to browse and don't appreciate 'hard sell' tactics. They will ask if they want help and do not always want to buy during a visit.

(Australian Goverment Publishing Services, 1997:3)

Untuk itu petugas ini perlu bersabar dan tidak perlu untuk mengekor atau sentiasa mengawasi pelanggan. Keadaan ini menyebabkan pelanggan tidak berasa selesa dan berasa dicurigai. Pelanggan hendaklah harus dibiarkan berada dalam kedai dengan bebas. Jika pengurusan bimbang berlaku kecurian, dengan kaedah moden seperti scanning sistem, kamera video dan rekabentuk dalaman kedai boleh membantu mengurangkan masalah tersebut.

4.3.2 Pengurusan Premis

Membincangkan pengurusan premis mengambil kira faktor lokasi, penampilan premis, rekabentuk dalaman kedai dan arah aliran dalam kedai. Kesemua faktor ini memberi sinergi kepada keseluruhan pengurusan kedai buku.

4.3.2.1 Lokasi

Jalan Tuanku Abdul Rahman di tengah-tengah bandaraya Kuala Lumpur masih kekal sebagai tumpuan masyarakat Kuala Lumpur dan kawasan sekitarnya. **Minerva, Pustaka Antara, Pustaka Tawakkal, Pic A Book, Berita Book Centre** adalah antara premis yang bertahan sekian lama dan turut berubah mengikut perkembangan semasa kawasan tersebut. **Minerva** kini mampu menyediakan ribuan judul di dua premisnya manakala **Pustaka**

Antara yang menjadi tumpuan penuntut dalam mendapatkan buku teks sekolah memberi saingan kepada kedai-kedai buku yang lain.

Pic A Book, anak syarikat Yayasan Pelajaran Mara yang terletak di Medan Mara iaitu kira-kira 500 meter daripada kumpulan kedai buku **Minerva**, **Antara** dan **Tawakkal** menumpukan kepada perniagaan peruncitan serta membekalkan bahan bacaan kepada kolej-kolej di bawah yayasan tersebut dan beberapa khutubkhanah. **Berita Book Centre** yang bernaung di bawah News Straits Times Press, mampu bertahan walaupun kedudukan terpisah daripada deretan kedai-kedai buku ini. Peletakkan premis-premis di kawasan ini, memberi persaingan sihat dan penampilan kedai-kedai buku di sepanjang jalan ini lebih moden, menarik dan pasca-tradisional.

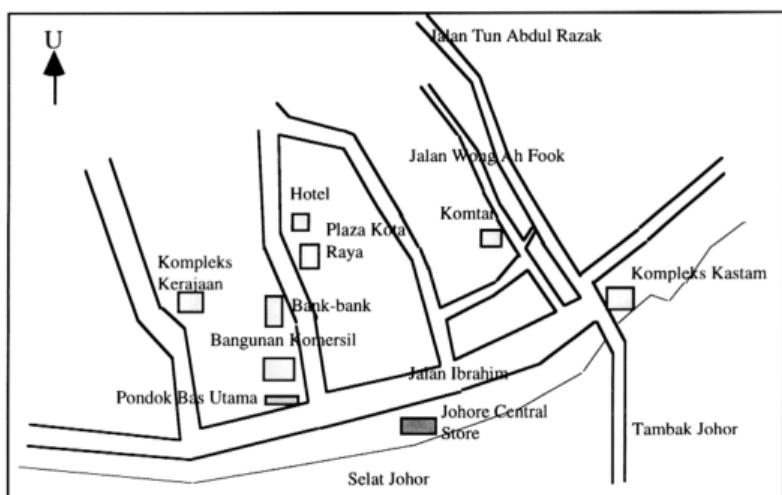
*Competing store located in the same area may increase customers ...
customers are drawn to the area because of this convenience and
each stores' traffic help the other stores.*

(Hasty, 1997:50)

Cawangan pertama Johor Central Store yang terletak di Jalan Ibrahim masih beroperasi hingga kini dan menjadi ibu pejabat bagi lima cawangan lain. Kedai buku ini menawarkan sejumlah lebih 30 000 judul di premis utama dan mempunyai tarikan tersendiri. Malahan pengunjung di sini rata-ratanya pelancong, masyarakat Singapura dan warga bandaraya yang membeli-belah di kompleks membeli-belah 250 meter di timur deretan kedai ini. Kedudukannya berhampiran dengan pondok menunggu bas perantaraan di sekitar bandaraya serta adanya kemudahan meletak kereta di belakang deretan kedai ini, Johore Central Store kini berjaya mencatatkan jualan lebih RM3 000 sehari.

Pusat pentadbiran dan beberapa institut swasta berdekatan lokasi turut memberi keuntungan kepada perniagaan cawangannya di lot tingkat satu Pusat Membeli-belah Kotaraya Johor Bahru mencatat jumlah jualan paling tinggi antara cawangan-cawangan yang ada. **Johor Central Store** harus bersaing dengan kedai-kedai buku seperti **Badan Book Store** di Kompleks Membeli-belah Tun Abdul Razak, kedai buku sewa dan kedai buku persendirian di Jalan Dhobi. (Rajah Grafik Peta 4.6)

Rujuk Rajah Peta 4.6
Peta Lokasi pusat bandar Johor Bahru.



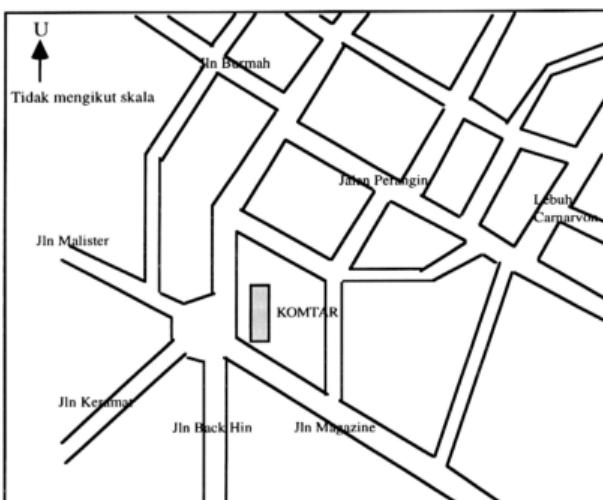
(Kajian 1999)

Sewaktu saya bertanyakan arah Jalan Carnarvon kepada beberapa orang yang lalu lalang ketika berada di bandar Georgetown, mereka gagal untuk menunjukkan halaan. Merasakan kedai buku terlalu intim dengan pelajar sekolah, saya temui seorang pelajar yang masih lekat dengan uniform sekolah. Seketika pelajar tersebut tercenggang, saya mula gusar hati. Tidak wujudkah lagi jalan itu?

Ketika dia menjawap pertanyaan saya dengan rasa ingin mengetahui apakah perlunya ke jalan itu, saya mengalih pertanyaan, "Adik membeli buku di mana?" "Komtar." jawapnya sepatah. Mendengarkan itu saya harus menganggukkan kepala. Selepas berehat di hotel, saya menyusuri bandar berpandukan peta yang diberikan. Saya bertemu dengan jalan dicari. Hati ini berdetik patut benar pelajar itu tidak tahu. Empat kedai buku yang tercatat dalam buku daftar Persatuan Penjual Buku Malaysia bukanlah sebagaimana yang saya bayangkan ketika melintasi Jambatan Pulau Pinang.

Deretan kedai-kedai buku tersebut terpisah daripada jalan-jalan utama pusat bandar. Kedudukan deretan kedai ini berhampiran pantai, merupakan penempatan awal perkembangan perbandaran. Kemunculan Kompleks Tun Abdul Razak (Komtar) mercutanda negeri Pulau Pinang dan beberapa kompleks perniagaan lain di merata Georgetown, Jalan Carnarvon atau Lebuh Carnarvon hanya akan tinggal nama.

Rajah Peta 4.7
Peta Lokasi Kedudukan Lebuh Carnarvon



(Kajian 1999)

Kegiatan perniagaan buku di kawasan ini lebih kepada pembekalan dan belian dilakukan secara borong. Transaksi runcit hanya berlaku sekali-sekala dan keadaan rupa kedai yang ditimbuni dengan buku-buku yang masih berbalut kertas coklat dan putih, tidak menghairankan orang ramai mendapatkan bahan bacaan daripada **Kedai Buku Popular** yang terletak di Komtar.

Begitu juga halnya ketika bertanyakan syarikat **Buku Cahaya Baru** di bandar Alor Setar. Sebagai pendatang di situ saya berasa kecewa. Empat lima orang ditanyakan gagal memberi lokasi sebenar dan akhirnya saya gagal untuk mendapatkan kedai buku tersebut. Puas saya menyusuri jalan bandar dan turun naik di Pekan Rabu tetapi tidak pun ternampak papan iklan yang menayangkan premis ini.

Beberapa kegagalan mendapatkan lokasi kedai buku atau perlunya untuk mengelilingi bandar untuk mendapatkan kedai buku, saya harus akur bahawa kedai buku adalah untuk masyarakat setempat. Namun bagaimana pula jika penduduk setempat tidak dapat memberikan dengan jelas kedai buku yang saya tanyakan. Nama kedai mungkin kurang diingati tetapi pasti sekurang-kurangnya dapat dikenali bahawa wujudnya kedai buku di bandar itu.

Pemilihan lokasi walaupun menjadi faktor utama dalam jatuh bangunnya sesuatu perniagaan tetapi sekiranya berada di lokasi terbaik tanpa adanya pengurusan yang cekap tidak juga menjanjikan kejayaan. **Pustaka Johan** di tengah-tengah bandar Kota Bahru dibelakangi dengan pusat membeli-belah selang beberapa pintu, pasar besar dan lot perniagaan serta stesen bas harus dimanfaatkan sebaik mungkin. Syarikat perniagaan ini memenuhi ruang tingkat bawah dengan peralatan tulis, pelbagai peralatan sukan, pealatan memancing serta ruang pejabat. Buku-buku diletakkan di tingkat atas dan orang ramai yang lalu lalang pasti kurang menyedari kewujudan kedai tersebut sebagai kedai buku.

Kedai Buku Popular membina imej dan pengenalan dalam menghebahkan kepada orang ramai tentang lokasi yang dipilih. Tingkat atas di pusat membeli-belah menjadi tumpuan kepada peniaga buku ini. Dengan warna korporat merah putih yang menjadi identiti dan penggunaan window display yang paling maksimum, perniagaan ini dengan sendiri menarik halaan pengunjung.

Bagi pengurusan syarikat ini, kedai buku mempunyai khalayak tersendiri. Pengguna akan mencari apabila mereka memerlukan dan oleh itu meletakkan premis di lot bawah dan di laluan utama bukanlah menjadi kemestian.

Kemampuan pengurusan juga harus diambil kira. Meletakkan premis di tingkat bawah dan di laluan utama pastinya tidak menguntungkan jika peratus pungutan harian tidak banyak bezanya berada di tingkat atas yang mempunyai kadar sewa yang lebih rendah.

Pemilihan lokasi premis juga dipengaruhi oleh status pemilikan ini. Bagi syarikat berhad dan pemilikan tunggal sama ada yang baru atau telah sekian lama banyak mengisi deretan rumah-rumah kedai di tepi jalan. Manakala bagi kedai buku berangkaian, kompleks membeli-belah menjadi tumpuan. Kedai sendirian berhad yang telah beroperasi lama dan mempunyai modal yang cukup mampu membuka lot kedai umum di pusat membeli belah. **Badan Bookstore** kini membuka cawangan untuk kedai buku umum dan Kedai Buku Kanak-kanak di Plaza Angsana, Johor Bahru, Johor. Perkembangan ini membawa perubahan bukan sahaja kepada pola penempatan kedai buku tetapi juga memberi imej baru kedai buku.

Satu blok tiga tingkat **MPH Bookstore** di Bangsar adalah outlet terbesar syarikat ini yang memberi perkhidmatan untuk bukan sahaja penduduk sekitar kawasan elit itu tetapi juga beberapa kawasan seperti Petaling Jaya. **Times** pula sering menempatkan premisnya di lot pasaraya atau *hypermarket* selain di beberapa farmasi Guardian. Syarikat ini membina identiti sebegini dengan halaan sasaran khususnya pengunjung pasaraya dan amnya pengunjung kompleks tersebut. Olehkerana pasaraya dan hypermarket adalah tarikan utama kompleks membeli-belah, kedai buku ini turut sama menerima kunjungan orang ramai. Untuk menarik perhatian orang ramai, sudut buku boleh diletakkan berdekatan tangga atau diletakkan berhampiran bahagian alatan tulis dan kad.

Premis kedai buku di kawasan lot perumahan sering dikelirukan dengan papan iklan kedai buku tetapi hanya meletakkan beberapa rak buku dan lebih menumpukan kepada penjualan alatan tulis, majalah dan barang keperluan harian. **Syarikat Womly** di bandar Butterworth terletak di kawasan perumahan dengan lot kedai lama, menyediakan perkhidmatan jualan buku kepada penduduk sekitar. Buku-buku yang dijual tidak disusun dengan baik dan lebih berupa stor sebelum diedarkan ke sekolah-sekolah yang menjadi pelanggan kepada syarikat ini.

Kedai buku Arenabuku yang terletak di kawasan perumahan Taman Tun Dr. Ismail, Kuala Lumpur menyediakan pelbagai judul buku dan adalah juga ruang pameran kepada buku-buku penerbitan syarikat itu. Bahagian buku sekolah memenuhi satu tingkat bangunan dua tingkat itu dan bahagian bawah dimuatkan dengan buku kanak-kanak, buku-buku umum, majalah dan bahagian kecil alatalis. Kedai buku ini harus bersaing dengan **Kedai Buku Kancilmas** yang lebih menumpukan kepada jualan buku sekolah dan bahan bacaan kanak-kanak.

Adanya premis makanan segera, premis kedai-kedai khusus seperti perkhidmatan perekaan dalaman, jualan perabot, restoran makanan, kompleks pejabat dan beberapa pusat perbankan, kedua-dua kedai ini turut menerima kelebihan dengan aliran laluan orang ramai. Kemunculan beberapa pusat membeli-belah di kawasan sekitar seperti kompleks perniagaan One Utama yang mempunyai kedai buku **MPH** dan **Maruzen**, pembukaan Uptown dan kedudukan pusat bandar Bangsar dan **Kedai Buku Koperatif Universiti Malaya** yang tidak jauh daripada kawasan tersebut turut memberi saingan kepada kedai-kedai persendirian ini.

4.3.2.2 Rekabentuk premis

Pemerhatian mendapati bahawa penampilan premis menjual buku masih terikat dengan corak lama. Perniagaan tradisional masih terikat dengan bentuk penampilan klise. Rak kayu tinggi yang terlekat di dinding, meja peragaan separas pinggang atau kotak berlaci, lantai simen berkarpet nipis, berlampa kalimantan di tengah ruang bukan lagi asing di negara ini.

Pustaka Harfa, Syarikat Muda Osman, Kedai Buku Intan, Kedai Buku Mersing, Pustaka Budiman, Pustaka Antara adalah antara kedai-kedai buku yang mengekalkan ciri-ciri kedai tradisional. Rak kayu yang di tengah kedai yang meletakkan buku sama ada memperagakan judul, disusun bertingkat, atau dihamparkan sahaja bagi pengguna membuat pilihan.

Bahagian Kanak-kanak kurang diberikan oleh kebanyakan penjual buku malah ada antaranya tidak menyediakan ruang untuk kanak-kanak. Rak tinggi yang buku-bukunya tidak dapat dicapai oleh kanak-kanak masih kedapatan, ruang suram serta peragaan buku yang tidak menarik. Perlu disedari bahawa pengurusan bahagian kanak-kanak bukan hanya untuk menarik perhatian kanak-kanak tetapi juga golongan dewasa.

Kedai buku kanak-kanak yang khusus ditemui di **Badan Bookstore**, Plaza Angsana, Johor Bahru. Lot tersendiri kedai buku ini tidak dimanfaatkan sebaik mungkin dan tidak ada bezanya berbanding dengan kedai buku umum di lot bersetentangan. Rak tinggi yang tidak dicapai tangan oleh kanak-kanak dan ruang lalu yang sempit, kedai ini pasti bersaing dengan kedai permainan *Toy R Us* yang menjanjikan tarikan yang lebih istimewa.

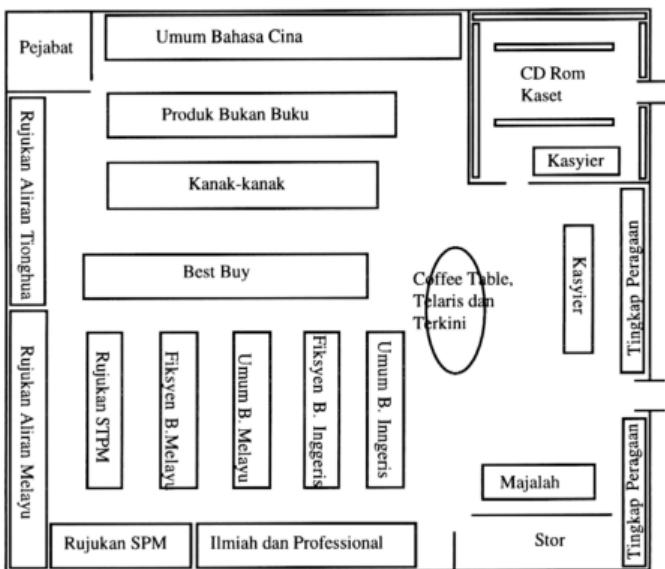
Pihak pengurusan harus lebih peka dengan penampilan premis ini. Penyediaan ruang luas untuk kanak-kanak bersantai sambil membaca dengan peragaan buku yang lebih warna-warni. Kurangnya keprihatinan terhadap pemilihan produk dan pencahayaan yang suram sama ada di dalam premis dan luar kedai boleh menenggelamkan *mood* kanak-kanak.

Kedai Buku Popular yang mempunyai kelebihan dalam pengurusan premis, tidak menyediakan ruang membaca kanak-kanak yang terasing. Bahagian kanak-kanak sering kali diletakkan di bahagian tengah yang menjadi penghubung antara bahagian buku dan bukan buku. Untuk merangsang pembacaan oleh kanak-kanak rak rendah dan meja separas pinggang kanak-kanak digunakan dengan buku disusun hampar. Rekabentuk premis ini secara kasar boleh digambarkan melalui Rajah Grafik 4.7 boleh dijadikan bandingan dalam rekabentuk kedai buku.

Perniagaan ini yang mula mencuba perniagaan muzik, membuka ruang CD Rama yang menawarkan jualan kaset dan lagu dalam Bahasa Malaysia, Inggeris dan Tionghua. Ruang berhampiran kasyier disediakan rak plastik berpusing untuk meletakkan CD pendidikan dan ensiklopedia.

Pemerhatian mendapati kebanyakan premis rangkaian ini mempunyai ruang stor yang kecil. Langkah pengurusan ini patut dicontohi oleh peniaga buku persendirian. Kad Label Pengkategorian pula digantung di bumbung bagi bahagian ruang yang menggunakan rak rendah. Cahaya Lampu yang menyerlah warna merah dengan tulisan putih di bahagian untuk pengkategorian, memberi impak terhadap tumpuan mata pelanggan. Perbandingan boleh dibuat dengan rekebentuk premis kedai buku dalam Lampiran VIII dan VIX.

Rajah Grafik 4.7
Rekabentuk Dalaman Kedai Buku Popular



(Gambaran pengkaji Kedai Buku Popular , Plaza Pasifik, Johor Bahru, Johor)

Penampilan luaran yang tidak mencerminkan kedai buku adalah antara yang banyak kedapatan dalam perniagaan buku di Malaysia. Tingkap peragaan di hadapan kedai tidak pula dimanfaatkan. Meletakkan poster besar beberapa penerbit boleh digantikan dengan meletakkan buku-buku terbaru. Bidai pelindung matahari di **Pustaka Budiman**, Mersing dan di cawangan **Badan**

Bookstore di Kota Tinggi boleh menganggu penampilan ruang hadapan kedai.

Rajah Foto 4.8

Pandangan Hadapan Kedai Buku dan Alatulis Hasani



Kedai Buku dan Alatulis Hasani, melekatkan poster di bahagian kanan tingkap peragaan manakala bahagian kiri diletakkan susunan alatulis. Bidai pelindung matahari yang menutupi bahagian hadapan kedai buku dan premis pengurup wang milik syarikat ini tidak dibiarkan kosong. Iklan premis kedai buku ditulis besar dengan warna kuning pinang masak dan tulisan biru gelap, nampak nyata dari jarak jauh (Rujuk Lampiran XV). Namun begitu adalah lebih baik untuk tidak meletakkan rak plastik yang menjual makanan ringan bagi memberi imej kedai buku ini.

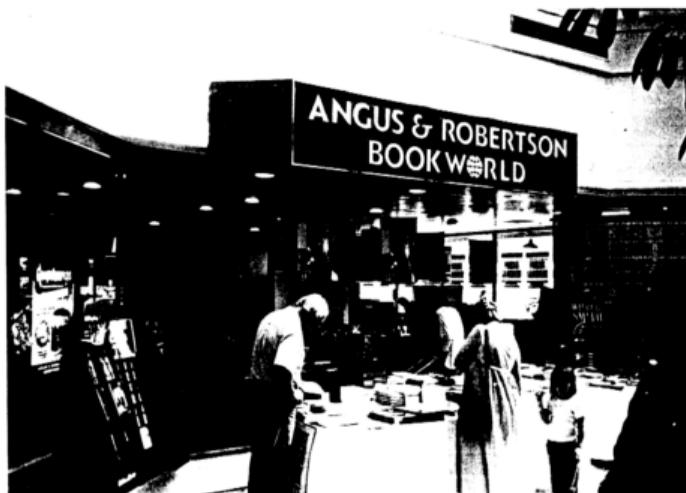
Kaunter pembayaran di kedai buku yang terhad, menimbulkan kesukaran ketika hari-hari sesak atau di musim promosi seperti di musim cuti sekolah hujung tahun ketika ibu bapa dan pelajar mendapatkan bahan bacaan untuk persekolahan. Suasana hujung minggu atau hari cuti umum, kedai buku umum sering menjadi tumpuan orang ramai dan mesin pengira mudah alih boleh mengurangkan masalah pelanggan menunggu lama untuk membuat pembayaran.

Semakin lebar ruang bukan buku akan semakin mengecilkan ruang peragaan buku. Semakin kecil kluasan peragaan, akan mengecilkan jumlah judul yang ditawarkan. Produk buku yang pelbagai tidak mempunyai ruang yang cukup dan kepercayaan pelanggan terhadap kebolehdapatan judul dalam kedai tersebut. **Page One, Badan Bookstore, Johore Central Store, MPH** dan **Times** yang mengecilkan ruang bukan buku demi berjaya mencatatkan pertumbuhan perniagaan yang lebih cepat berbanding dengan kedai-kedai buku yang melebarkan ruang untuk produk bukan buku. **Kedai Buku Popular** yang mengamalkan prinsip *one stop shopping* di premis rangkaian, menguruskan bahagian bukan buku sama pentingnya dengan pengurusan buku walaupun begitu ruang kedai yang luas, dan penawaran judul yang banyak dan daripada pelbagai bahasa, kedai buku ini tetap memberi ruang yang cukup lebar untuk peragaan buku.

Secara bandingan penampilan kedai buku di Malaysia agak jauh berbeza dengan kedai buku yang terdapat di negara-negara maju. Angus & Robertson Bookworld yang terletak di bandar Queensland, mementingkan penampilan premis yang menarik dan kelihatan cukup menyelesakan bagi penggemar buku yang memerlukan ketenangan dan kekemasan. Ruang hadapan kedai digunakan dengan sebaik mungkin walaupun setiap hari anda terpaksa membentang dan melipat pengalas meja.

Rajah Foto 4.9

Angus & Robertson Bookworld, Queensland, Australia



4.3.3 Pengurusan Pemasaran

4.3.3.1 Pengurusan Produk

Pemilihan produk kedai-kedai buku di kawasan bandar-bandar kecil banyak didorong oleh keperluan masyarakat setempat. Keperluan terhadap sistem pendidikan, peniaga buku lebih gemar menumpukan perhatian terhadap pembekalan buku-buku tersebut seperti yang berlaku di kedai-kedai di bandar Rompin, Yan, Kota Tinggi, Mersing, Port Dickson dan di beberapa daerah lain. Pemilik **Pustaka Budiman**, Mersing yang ditemui ialah pengedar buku teks ke sekolah-sekolah berpendapat memasarkan buku-buku sekolah walaupun menguntungkan tetapi agak rumit dan bermusim. Dalam menyediakan bahan keperluan pendidikan sekolah, syarikat harus menambah produk seperti judul fiksyen, karya umum dan buku-buku agama untuk memenuhi ruang pameran. Buku-buku Bahasa Malaysia menjadi tumpuan utama dan penawaran judul Bahasa Inggeris kebanyakannya berdasarkan khidmat pesanan pelanggan. Namun begitu karya-karya ringan Bahasa Inggeris masih kedapatan dalam premis ini.

Peniaga-peniaga yang pada mulanya agen pengedaran Dewan Bahasa dan Pustaka harus akur dengan penawaran judul-judul terbitan penerbit tersebut. Perubahan semasa dan keperluan terhadap kepelbagaiannya bidang ilmu dan permintaan pelbagai bahasa, kedai-kedai ini mula menjual buku dalam Bahasa Inggeris. **S S Mubarak & Brothers** di bandar Ipoh menjual kedua-dua bahasa begitu juga dengan pengurusan **Johore Central Store** yang menyifatkan penjualan buku-buku import adalah jauh lebih menguntungkan berbanding buku-buku tempatan.

Keinginan peniaga untuk menyediakan sebanyak judul yang mungkin dalam pasaran akan menimbulkan kesukaran sekiranya tidak diikuti dengan pengaplikasian campuran pemasaran. Kelembapan jualan, pertambahan stok dan perlunya ruang untuk meletakkan buku-buku tersebut dan kemampuan ruang yang terbatas kedai buku seperti bilik stok. Timbunan buku seperti di **Happy News** di bandar Alor Setar dan **Central Book Store** di bandar Batu Pahat, menyebabkan pengguna perlu memunggah buku, terpaksa berlaga punggung dan susahnya untuk mengambil buku di rak paling bawah pada aras

lantai, terlalu sukar untuk menjelaskan bahawa kedai buku ini sebagai agen peruncitan.

Kekurangan ruang peragaan juga boleh menyebabkan pekedai buku menumpukkan buku-buku jualan. Cawangan **Johor Central Store** di Plaza Pelangi Johor Bahru dan di Plaza Kota Raya susunan buku-buku kurang kemas kerana permintaan judul yang tinggi tetapi lot kedai yang sempit. Walaupun begitu pengkategorian buku masih menjadi keutamaan bagi memudahkan orang ramai mencari judul. Untuk menanggani masalah ini, buku-buku tidak berbalut dan pengguna bebas untuk memunggah atau membelek, membaca malahan memilih judul yang diperlukan. Cahaya terang dan kedudukan di lot tepi serta dinding kaca lutsinar, mengurangkan rasa kurang selesa pelanggan. Ini berbeza dengan buku-buku yang disusun kemas seperti di cawangan utama. Ruang yang luas membolehkan buku-buku disusun dengan teratur serta berbalut kemas.

Kriteria-kriteria pemilihan judul untuk dibalut, disediakan naskhah contoh dan dibiarkan tanpa balutan harus dikenalpasti. Perkhidmatan sampingan seperti kemudahan untuk mendapatkan khidmat pembantu jualan, kebenaran membuka dan penyelenggaraan produk-produk tersebut harus difikirkan keperluannya. Judul-judul yang memerlukan panduan praktikal dan hobi seperti dekorasi, masakan, panduan bercucuk tanam, panduan penjagaan diri; membalut tanpa naskhah contoh ada keburukannya. Pengguna membeli buku-buku tersebut sebagai panduan dan pengaplikasiannya pula memerlukan kerja-kerja praktikal dan pencarian pembaca adalah yang mampu memberi panduan selengkap mungkin. Membalut tanpa naskhah contoh, tanpa kebenaran untuk membuka dan pembantu jualan yang tidak terpandang mata serta tidak adanya kaunter khidmat pelanggan, boleh membantutkan niat awal pembeli. Oleh itu adalah lebih baik untuk menggunakan pembalut *self-adhesive* yang memudahkan pengguna dan tidak memerlukan pembantu jualan untuk melekatkan *tape* setiap kali dibuka oleh pelanggan.

Karya-karya fiksyen yang bersifat kreatif dan mementingkan *human interest*; membalut tanpa naskah contoh boleh menganggu keselesaan pengguna apatah lagi jika penulis itu dianggap baru dalam bidang penerbitan. Kepuasan

membaca beberapa halaman di bahagian intro, pertengahan mahupun penyudah; ada kebarangkalian membangkitkan kepuasan membaca pengguna dan mengambil keputusan membeli. Penggunaan kertas, mutu penjilidan dan rupa taip yang turut menjadi ukuran dalam pembelian bahan bacaan; seringkali pengguna cerewet sebelum keputusan membeli dibuat. Oleh itu adalah wajar untuk peniaga memikirkan faktor-faktor ini.

Beberapa premis yang dikunjungi meletakkan pelekat amaran *No Free Reading* atau *Jangan Buka Balutan* juga harus difikirkan kembali buruk baiknya. Kebanyakan melekatnya di balutan majalah dan tidak kurang yang menampakkannya di rak buku. Sering kali peniaga meletakkan majalah di ruang hadapan kedai dan di pintu masuk premis. Pelekat yang dilekatkan di majalah yang terpandang dahulu oleh pelanggan sebaik sahaja melangkah masuk ke premis peniaga, tidak mustahil pelanggan turut memikirkan untuk judul-judul lain yang terdapat dalam premis tersebut. Melekatkan pelekat seperti ‘Hubungi Kami Untuk Perkhidmatan’ atau ‘Untuk Membuka Balutan, Sila Hubungi Kami’ lebih bersopan dan pelanggan merasakan mereka dihormati.

4.3.3.2 Pengurusan Promosi

Tinjauan mendapati komunikasi pasaran sering diabaikan peniaga buku terutamanya yang berskil kecil dan sederhana. Malahan ada yang tidak pernah mengadakan kegiatan promosi, pengiklanan mahupun publisiti dalam memperkenalkan premis dan perkhidmatan jualan produk yang diusahakan. Kepercayaan dan keyakinan bahawa pengguna akan berusaha mencari bahan bacaan, menjadikan sesetengah pengurus perniagaan peruncitan buku tidak langsung memperuntukkan sebahagian daripada peruntukan kewangan mereka atau menggunakan peruntukkan yang ada untuk menampung pengurusan perniagaan.

Khayalak buku yang dicipta oleh sistem pendidikan akan mendorong kanak-kanak dan pelajar mencari buku. Golongan ini pula memerlukan kewangan dan perlindungan keselamatan oleh ibu bapa. Ini secara tidak langsung membawa ibu bapa ke kedai buku dan membentuk khalayak bukan sahaja pelajar sekolah dan ibu bapa. Namun bagaimanakah golongan masyarakat seperti remaja yang

tidak bersekolah dan tinggal bersendirian? Golongan dewasa bujang dan tidak bersekolah? Ibu bapa tidak mempunyai anak sekolah? Golongan tua yang telah bersara? Hakikatnya golongan-golongan ini mempunyai lebih kemampuan kewangan daripada ibu bapa yang mempunyai anak sekolah; dan pula mempunyai khalayak sendiri dalam penerbitan. Persoalannya cukupkah pelanggan kedai buku hanya pelajar dan ibu bapa yang ada sangkut pautnya dalam bidang pendidikan? Persoalan-persoalan inilah yang harus dinilai oleh peruncit buku sama ada di kawasan bandar besar atau bandar kecil dan sejauh manakah perlunya komunikasi pasaran dalam mengaut keseluruhan peringkat umur dan taraf hidup masyarakat.

Peruncitan sering disandarkan dengan keperluan setempat dan sasaran pasaran yang terbatas, peruncitan buku turut merasakan kegiatan pengiklanan dan promosi tidak dianggap menguntungkan. Sebagaimana asingnya komunikasi pasaran, begitulah juga kurangnya keperluan pengurus promosi. Untuk mengiklankan perniagaan melalui media massa, tidak semua peniaga mampu untuk menampung kos yang tinggi namun untuk mengedarkan pamphlet dua warna masih juga ada yang keberatan. Malahan lebih daripada itu ada peniaga yang mengharapkan peniaga lain mengiklankan premis mereka dengan harapan mereka turut mendapat sama keuntungan daripada pengiklanan tersebut.

Kedai Buku dan Alatulis Hasani, menjalankan kegiatan promosi dengan mengiklankan dalam rangkaian Radio Malaysia Utara selain menaja beberapa segmen dalam rancangan rangkaian radio tersebut. Pamflet mengenai judul baru, tawaran harga, khidmat kedai ini turut dipromosikan dengan edaran pamphlet yang diselitkan bersama dalam akhbar-akhbar yang akan diedarkan kepada penduduk bandar tersebut. Pembukaan Insitut Hasani dan Kolej Hasani yang menyediakan perkhidmatan latihan pemasaran, perakaunan, pengkomputeran, pusat tuisyen, khemah kerja motivasi dan kursus perkahwinan yang menggunakan nama Hasani; turut mempromosikan kedai buku ini. Penyediaan judul yang seiring dengan keperluan bahan bacaan kepada perniagaan perkhidmatan yang disediakan adalah pemangkin kepada kejayaan perniagaan ini.

Walaupun kedai buku ini masih mengekalkan imej tradisional namun kewujudannya disedari oleh orang ramai dan kewujudan **Popular Book Store** kebelakangan ini, **Kedai Buku dan Alatulis Hasani** mungkin akan mengubahkan imej premis dalam mengekalkan pasarannya.

Kedai Buku Popular yang mempunyai lebih daripada 22 cawangan menjelang tahun 1999, menggunakan imej premis dan lokasi dalam melancarkan kegiatan promosi dan pengiklanan. Iklan di media massa dibuat setiap kali tahun persekolahan bermula melalui kempen ‘Kembali Ke Sekolah’ adalah strategi terhadap penggerak membina kesetiaan pelajar untuk sepanjang tahun tersebut dalam mendapatkan keperluan persekolahan.

4.3.4 Pengurusan Kewangan

Pendapat mengenai peruncit menguruskan perniagaan bagi membayar sejumlah bekalan yang dipesan tidak lagi harus dijadikan pegangan dalam dekad-dekad ini. Perniagaan buku harus mampu menjanjikan pulangan pelaburan yang menguntungkan bagi menarik usahawan-usahawan, kepercayaan badan-badan perbankan dan syarikat besar dalam membuat pelaburan dalam industri ini. Agen peruncitan sebagai tarikan nyata dan gambaran awal masyarakat terhadap industri buku harus mencerminkan kedudukan kewangan yang teguh dalam membina persaingan dengan produk-produk lain di pasaran.

4.3.4.1 Penentuan Harga

Bagi buku-buku dicetak harga, harga jualan adalah sebagaimana yang dicatatkan di bahagian *blurb* atau halaman judul kecil atau halaman hak cipta buku tersebut. Peniaga dilarang untuk mengubah harga jualan tersebut. Produk buku yang tetap dan tidak dikawal oleh Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, sebarang perubahan persekitaran seperti musim perayaan tidak akan menjelaskan harga buku tersebut. Buku hendaklah dijual pada harga jual yang tercetak melainkan di kedai diskaun atau ketika jualan promosi.

Namun begitu pemansuhan *Net Book Agreement*, berlaku perbezaan dalam penawaran judul ini. Bagi buku yang tidak dicetak harga, harga adalah

berdasarkan harga jual yang ditetapkan oleh penerbit. Namun sistem pengedaran yang pelbagai, pelbagai tingkat harga berdasarkan kadar diskau diterima oleh peruncit buku. Perbezaan harga ini boleh didasarkan oleh kuantiti pesanan, syarat pembelian dan insentif bayaran. Peratus diskau yang tinggi, pekedai boleh merendahkan harga jualan.

Pengalaman membeli judul *Malaysian Journey* oleh Rehman Rashid yang kegiatan penerbitan dan pemasarannya diuruskan sendiri oleh penulis, pengkaji mendapatkan buku ini dijual antara RM20 - RM25 di kedai-kedai buku. Keadaan juga berlaku kepada judul buku *Marketing Management*, Edisi Ke-9 oleh Philip Kotler yang dijual pada harga antara RM49.90 - RM54.90 serta banyak lagi judul-judul yang terdapat di pasaran sama ada hasil terbitan tempatan maupun import.

Penetapan untuk mencetak harga di bahagian blurb atau di halaman prelim yang tidak dikuatkuasakan sepenuhnya bukan sahaja menimbulkan keraguan oleh pengguna tetapi memungkinkan eksplotasi harga oleh peniaga-peniaga. Untuk itu penerbit bertanggungjawab untuk mengawal harga pasaran demi menjamin harga yang kompetitif dalam pasaran.

4.3.4.2 Kiraan Kewangan

Kiraan kewangan hendaklah mengambilkira rekod jualan, rekod inventori dan aliran tunai perniagaan. Setiap pendapatan dan perbelanjaan hendaklah direkodkan kerana setiap satunya memberi kesan kepada nilai untung rugi perniagaan.

Sekiranya perniagaan peruncitan berskil sederhana merekodkan jualan purata sehari sebanyak RM1 500 akan mencatatkan jualan kasar sebanyak RM45 000 sebulan. Daripada sejumlah RM45 000 tersebut syarikat harus membelanjakan;

Jadual 4.10
Perbelanjaan perlu untuk Januari 1999

Perbelanjaan	Peratus	Jumlah(RM)
Kos membeli stok	65%	29, 250
Sewa	6.0%	2, 700
Gaji	20%	9, 000
Iklan	2.0%	900
Kadarbayaran	0.6%	270
Perbelanjaan pengurusan	0.9%	405
Penghantaran dan penyerahan	0.8%	360
Insuran	0.6%	270
Cukai/Sumbangan/Faedah Bank	1.1%	495
Penyelenggaraan	0.3%	135
Susutnilai	0.7%	315
Untung	2.3%	1, 035

(Kajian 1999)

4.4 CIRI-CIRI KEDAI BUKU DI MALAYSIA

Daripada pemerhatian semasa turun ke lapangan kedai-kedai buku di Malaysia boleh dicirikan sebagai:

- 1) Pelbagai bentuknya iaitu daripada kedai buku yang kecil yang hanya menawarkan karya-karya eceran dan buku-buku ringan hingga kepada kedai buku besar yang mempunyai rangkaian di banyak bandar besar di negara ini.

- 2) Kedai buku tidak setakat memberi tumpuan kepada penjualan produk buku tetapi menjual alatan tulis, alatan sukan dan menjual cendermata serta beberapa produk lain yang tidak berkaitan dengan buku seperti minuman dan makanan ringan.
- 3) Pemilik berfungsi sebagai pembuat keputusan dan pengurus perniagaan dan hanya menyerahkan kepada pembantu kedai untuk tugas pengkeranian dan melayan pelanggan. Pemilikan persendirian ini boleh dibezaikan dengan pemilikan berhad dan korporat dalam segi rupa bentuk fizikal dan penawaran produk sesuatu kedai buku itu.
- 4) Pekedai buku tidak memberi tumpuan sepenuhnya kepada perniagaan peruncitan. Peniaga masih mengharapkan jualan pukal daripada menekankan kepada *walk-in customer*. Ini mengakibatkan kedai buku kurang menekankan pengaplikasian aktiviti peruncitan daripada segi penampilan premis, rancangan promosi dan kategori penawaran produk.
- 5) Penampilan luaran dan fizikal kedai buku agak suram. Kedai begini tenggelam dalam kemerahan kedai-kedai peruncitan yang lain. Bentuk peragaan, penata Cahayaan dan usaha untuk menarik bukan pengguna sasaran memasuki kedai buku; kurang dipentingkan.
- 6) Penawaran kategori dan judul buku kurang menyeluruh dan mementingkan satu-satu kategori diamalkan oleh kebanyakan kedai buku di negara ini.
- 7) Kedai buku rangkaian mempunyai penampilan yang lebih menarik dengan cara peragaan yang tidak banyak beza dengan kedai milik persendirian. Namun begitu pencahayaan, kategori penawaran produk, prmosi dan kedudukannya memainkan peranan hingga mampu untuk memberi pulangan yang menguntungkan.