

6

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

Daripada perbincangan-perbincangan di bahagian terdahulu dan dapatan yang ditemui, sistem pemasaran buku boleh berkembang dengan meluas yang sekaligus menaikkan status perniagaan ini seiring dengan perniagaan lain dengan penglibatan kegiatan pengurusan produk dan pemasaran daripada penerbit; dan berkesinambungan dengan bantuan pemasaran oleh agen peruncitan.

Professionalisme perniagaan buku di negara ini harus dijadikan ukuran, *world-view* budaya keilmuan harus dijadikan landasan dan usaha untuk membudayakan masyarakat Malaysia sebagai masyarakat pembaca dan menyintai ilmu harus menjadi matlamat jika mahukan perniagaan ini sebagai pelaburan menguntungkan dan dalam masa yang sama menjalankan peranan dalam mensosialisasikan masyarakat.

6.1 KESIMPULAN

Daripada kajian, pengkaji boleh membuat kesimpulan bahawa:

1. Masih ada kelemahan yang dapat dikesani oleh pengkaji dalam sistem pengurusan, perancangan, pengorganisasian, pemasaran dan kewangan dalam peruncitan buku. Perniagaan buku di Malaysia belum mencapai tahap professional dan ini telah memberi kesan kepada sistem pemasaran dan sekaligus melembapkan perkembangan perniagaan ini.

Kedai-kedai buku yang mempunyai modal lebih besar dan lebih moden mempunyai jentera pengurusan yang lebih mantap dalam menguruskan perniagaan. Manakala peniaga-peniaga persendirian yang pula masih cenderung kepada corak pengurusan sendiri. Kurangnya penerapan aktiviti pengurusan, boleh diambil kesimpulan kepada kewujudan kedai-kedai buku tidak professional di negara ini.

- 2) Kepelbagaiannya bentuk kedai buku, hasil daripada beberapa bentuk sistem pengurusan yang berbeza. Syarikat yang mempunyai perancangan yang lebih kontemporari dan diuruskan mengikut keperluan semasa, kebarangkalian untuk bersama-sama bersaing dengan produk pengguna yang lain adalah lebih tinggi.
- 3) Kepincangan dalam mengaplikasi elemen pemasaran ini telah menyebabkan perniagaan ini bernada suram. Hanya 15.8 peratus daripada responden yang mempunyai Pegawai Promosi adalah gambaran awal kurangnya penekanan elemen pemasaran daripada pihak peruncit. Enam premis yang tidak mempunyai pekerja tambahan selain pembantu jualan, mungkin mampu untuk seorang pengurus menguruskan keseluruhan perniagaan daripada soal kewangan hingga hal kepada soal membuat promosi.

Perniagaan buku yang disedari mempunyai kepelbagaiannya judul yang perlu ditanggani, setiap judul memerlukan perancangan pemasaran yang menyeluruh. Konsep asas sesuatu judul perlu dikenal pasti dalam memastikan pengurusan pemasaran dilakukan secara lebih ekonomik dan dalam merealisasikan perancangan itu, seharusnya ada kakitangan yang bertanggungjawab sepenuhnya untuk melakukan kerja-kerja tersebut. Malangnya hanya 52.6 peremis sahaja yang mempunyai pekerja pemasaran dan hasilannya di beberapa premis mencatatkan jualan yang tinggi.

4) Kecenderungan peniaga memberi tumpuan kepada penjualan teks sekolah berbanding dengan kategori lain, pengurusan produk kedai buku memerlukan perubahan baru. Penumpuan ini harus diperbaiki dan perlu diseimbangkan dengan kategori-kategori lain untuk membolehkan kedai buku menarik semua golongan masyarakat.

Produk yang pelbagai ini tidak akan membebankan peniaga jika diuruskan dengan menerapkan kesemua elemen pemasaran. Ini memandangkan golongan dewasa yang mempunyai kuasa beli yang tinggi jika diaruh dengan sebaik mungkin boleh memberi pulangan yang lebih tinggi berbanding pelanggan buku-buku sekolah.

Amalan di 55.3 peratus premis perniagaan responden yang memberi tumpuan penjualan buku hingga memberi ruang yang lebih kecil untuk banyak lagi kategori buku seharusnya diubah. Walaupun kebanyakan antaranya adalah pernah atau masih menjadi syarikat pengedar kepada Dewan Bahasa dan Pustaka, tidak salah untuk melebarkan penjualan kepada bahan-bahan lain untuk khayalak bukan sekolah.

5) Pemupukan budaya membaca oleh peniagaan ini kepada kanak-kanak dan remaja yang tidak dipentingkan dalam reka bentuk premis, pengurusan produk dan kegiatan promosi, peniaga buku mungkin akan kehilangan khayalak pembeli satu ketika nanti lantaran wujudnya pelbagai media hiburan yang lebih menarik tumpuan golongan tersebut.

Walaupun lebih daripada 50 peratus (57.9 peratus) premis mengadakan ruang untuk kanak-kanak, tidak mustahil ia hanya kepada nama. Bahagian kanak-kanak tidak banyak berbeza dengan pembahagian kategori yang lain. Bahan-bahan umum juga tidak diberi penekanan oleh pekedai buku hingga ibu bapa tidak menyedari adanya bahan bacaan yang boleh dikongsi bersama dengan anak-anak dan ahli keluarga. Lebih menyedian ibu bapa tidak dirangsnag untuk membeli dan membaca buku hinggalah mereka lebih cenderung untuk memasuki kedai pakaian, kedai Video dan CD serta kedai permainan yang lebih menarik minat.

6) Komunikasi peruncitan yang kurang dipentingkan oleh sebahagian besar pekedai buku adalah antara masalah besar dalam pengurusan peruncitan telah memberi kesan kepada terhadap pemasaran produk itu. Peruncit kurang mementingkan promosi premis, promosi dalaman, promosi produk dan promosi antara produk yang kurang memerlukan peruntukan kewangan apatah lagi untuk memberi peruntukan terhadap promosi media komunikasi yang lebih mahal kosnya.

Pembahagian kategori yang jelas, point of display, point of sale yang kurang dipentingkan adalah antara masalah yang dikenalpasti membantutkan jualan yang sekaligus membataskan untung syarikat. Ini dibuktikan dengan 44.7 peratus responden tidak pernah mengedarkan walaupun pamphlet dan flyers sebagai bahan asas dan paling murah dalam komunikasi peruncitan.

7) Kesan daripada kekurangan pengaplikasian elemen pengurusan dan pemasaran, margin keuntungan yang rendah dalam penjualan buku menyebabkan tumpuan perniaga tidak semata-mata menjual buku secara runcit. Peruncit buku ini turut menjadi pembekal bahan-bahan bacaan kepada sekolah-sekolah, institusi pengajian tinggi atau badan-badan peseorangan. Keadaan ini menyebabkan tumpuan hanya diberikan kepada judul-judul yang dipesan dan digunakan oleh pelanggan-pelanggan tetap mereka. Walaupun dalam satu aspek ini telah mempercepatkan perkembangan perniagaan, dalam aspek keprofessionalan perniagaan buku harus dipentingkan. Di luar perniagaan, terdapat puluhan dan ratusan ribu pengguna yang boleh dimaafatkan oleh peniaga. Kajian mendapati bahawa 89.5 peratus responden mengedarkan bahan teks ke sekolah-sekolah. Responden ini turut melebarkan ruang untuk meletakkan bahan-bahan teks sekolah dan secara tidak langsung telah mengecilkan ruang untuk kategori lain.

8) Daripada pemerhatian semasa turun ke lapangan dan disokongi dengan pemilihan soal selidik diterima, penjualan produk bukan buku dianggap boleh menyumbangkan keuntungan kepada syarikat. Penjualan produk ini turut dijadikan sebagai pemangkin di sesetengah premis untuk menarik orang ramai memasuki premis perniagaan mereka.

Ini dijelaskan oleh 76.3 peratus premis yang masih memberi pertimbangan dalam penawaran produk bukan buku ini. Walaupun menurut Arvind Kumar, ini akan menjelaskan kualiti kedai buku namun peniaga-peniaga runcit ini lebih selesa untuk meletakkan barang bukan buku dalam premis.

9) Tumpuan kepada bahan kategori tertentu turut menimbulkan ketidakseimbangan penawaran produk dengan segmentasi populasi produk. Golongan lebih daripada 60 tahun, remaja yang telah berkerja tetapi dan tidak mempunyai tanggungjawab serta golongan dewasa yang mempunyai kuasa membeli yang tinggi, tidak diaruh untuk menjadi pengunjung tetap kedai buku setiap bulan.

Kesan daripada kurangnya kepekaan peniaga buku dalam mengsegmentasikan pengguna setempat dan memantau pengguna semasa, perniagaan buku semakin suram.

10) Sistem pengedaran buku di Malaysia jika tidak diperbaiki dan dikaji semula, peniaga persendirian mempunyai modal pusingan yang lebih kecil, pasti harus bersaing harga dengan perniagaan buku yang lebih besar. Untuk mendapatkan bekalan produk lebih daripada 90 peratus pekedai buku mendapatkan terus daripada penerbit untuk sebahagian judul selain daripada mendapatkannya daripada pengedar dan pemborong. Kepelbagaiannya ini disebabkan oleh terma perniagaan yang berbeza antara satu penerbit dan penerbit dengan lain. Jika keadaan ini berlanjutan ada kemungkinan akan berlaku perang harga dan syarikat kecil mungkin akan semakin mengecilkan ruang perniagaan dan syarikat rangkaian besar yang mempunyai modal yang lebih banyak dan memesan dalam jumlah yang banyak diberi layanan yang lebih baik dan mendapat faedah perniagaan lebih menguntungkan.

Namun jika cabaran ini diambil positif oleh pekedai-pekedai buku sendirian berhad untuk bersaing dengan kedai buku rangkaian, sistem pemasaran buku di Malaysia mungkin akan lebih baik. Persaingan sihat ini akan membuatkan memberi kebaikan kepada masyarakat pengguna umumnya dan industri buku khususnya. Dengan itu juga akan

mengurangkan produk lain mengisi ruang masa dan perbelanjaan kewangan pengguna.

11) Kelemahan-kelemahan dalam sistem pengurusan kedai buku telah mempelbagaikan bentuk kedai buku dan hasilnya ciri sebenar kedai buku sukar untuk ditafsirkan. Keadaan ini telah menimbulkan kekeliruan dan secara tidak langsung promosi antara kedai buku tidak boleh dinikmati bersama. Kegagalan ini menyebabkan penawaran judul di negara ini agak terbatas, dan pengguna kurang dirangsang untuk membantu memperkembangkan industri ini.

Oleh itu dapat disimpulkan bahawa kejayaan dalam perniagaan buku di Malaysia memerlukan perubahan baru, pengekalan sedia ada untuk membolehkan ianya bersaing dalam perniagaan yang lain. Pengurusan, penawaran, mutu pengeluaran dan sistem pemasaran adalah jaminan ke arah mewujudkan industri pembukuan bukan sahaja mempunyai nilai keilmiahannya tetapi dapat disebarluaskan dan dikomersilkan untuk menjamin kesinambungan ilmu itu.

6.2 CADANGAN-CADANGAN PERUBAHAN

Cadangan-cadangan yang diusulkan adalah beberapa langkah yang perlu diubah, disesuaikan dan diperbaharui demi untuk meningkatkan kegiatan pemasaran buku negara. Kejayaan peruncit buku dalam melayani karenah dan citarasa pengguna serta membina kepercayaan pengguna adalah jaminan kepada sambutan terhadap produk buku yang secara tidak langsung boleh menjadikan industri pembukuan mempunyai prospek masa depan yang cerah.

6.2.1 Corak Pengurusan Sistematis

Memandangkan cabaran baru dalam dunia perniagaan dan kepelbagian produk bercirikan digital, produk tradisional seperti buku memerlukan satu anjakan pengurusan yang baru. Jika andaian satu ketika dahulu, orang ramai akan mencari buku untuk tujuan pendidikan, hiburan atau pengetahuan, kini untuk mendapatkan semua itu mereka mempunyai banyak pilhan lain.

Bersetujuan dengan keperluan semasa ini, pekedai buku harus semakin cergas dalam mengaplikasikan strategi pengurusan perniagaan yang lebih semasa sifatnya. Perubahan fizikal premis mungkin boleh dilakukan, penawaran produk perlu dimantau dan pulangan pelaburan harus dilipat gandakan bagi membolehkan menghidangkan penawaran produk dan perkhidmatan kepada orang ramai.

6.2.2 Mementingkan pengaplikasian setiap aktiviti, elemen dan perancangan pemasaran.

Aktiviti pemasaran yang melibatkan ke semua makanisme 4P tidak boleh diketepikan. Produk sebagai jaminan kepada perniagan harus difikirkan nilai daripada aspek fizikal, idea, harga dan kepuasan kepada pengguna. memberi kepuasan yang akan menjamin pengguna membuat justifikasi kepada penilaian judul lain yang seterusnya.

Kemudahan pengguna untuk mendapatkan judul buku di pasaran sebagai langkah utama merangsang pengguna membeli; boleh mengelakkan pengguna memilih produk lain yang lebih mudah didapati di pasaran. Dalam era moden kini, tanpa promosi dan pengiklanan peniaga buku akan kehilangan beribu-ribu pelanggan berpotensi.

Langkah kerajaan memperuntukkan seluas 500 ekar di Lubuk Semilang, Langkawi sebagai Kampung Buku perlu mengaplikasi keseluruhan aktiviti, elemen dan perancangan pemasaran daripada peringkat awal. Tumpuan aktiviti harus bermatlamat bahawa Kampung Buku sebagai lokasi penawaran judul buku terbanyak di Malaysia dan menjadi pusat pembekalan bahan terbitan untuk pasaran negara. Namun Kampung Buku Langkawi belum mampu untuk bersaing dengan kempung buku sedia ada seperti di Bredevort di Belanda mahupun Kembuhi Miyagawa di Jepun. Kewujudan kampung buku ini masih terlalu asing dalam minda masyarakat Malaysia dan kedudukannya jauh di pusat pengembangan penerbitan, keilmuan dan pentadbiran sejahtera mana kemampuan kedai ini sukar diramalkan.

6.2.3 Merancang promosi efektif

Kepelbagaiannya jenis buku dan kepelbagaiannya judul mungkin menjadi persoalan utama pekedai buku dalam menguntukkan sebahagian daripada kewangan mereka. Jika difikirkan aspek positif kepelbagaiannya judul ini boleh merangkumi keseluruhan lapisan, golongan dan stratus masyarakat. Setiap golongan mempunyai keistimewaan dan penerbit telah mengisi keistimewaan itu tetapi kurangnya usaha songsongan daripada penerbit sendiri mahupun agen-agen pengedaran seperti pemborong, pengedar dan peruncit buku, pengisian itu diabaikan dan matlamat penerbitan tidak mencapai matlamatnya.

Promosi dalam kedai iaitu antara satu produk dengan produk berkaitan juga tidak diaplikasi; untuk menyalahkan orang ramai tidak berbudaya membaca, harus dikembalikan semula kepada pengamal pemasaran buku. Hampir setiap premis yang didatangkan oleh pengkaji menjual majalah mengenai golf, memancing atau majalah auto. Secara rasional rasa ingin tahu tentang pengaruh angin, momentum pergerakan, dan cara permainan yang sistematis adalah antara bahan tambahan yang diperlukan oleh pemain golf. Begitu juga hal berkaitan dengan memancing. Memancing sebagai satu riadah yang baik namun dalam pengisian waktu memancing itu, tidak ada pekedai buku yang mencadangkan supaya sambil membaca tentang kehidupan ikan atau pengetahuan mengenai teknik memancing, resepi masakan ikan atau penggunaan alatan memancing yang boleh menambahkan pengetahuan dan memahirkan pemancing.

Dengan meletakkan buku-buku umum berhampiran dengan bahagian majalah ini dan pengguna boleh dirangsang dengan sedikit nota yang dilekatkan di nashkah contoh atau ditampal di plastik bungkusannya majalah tersebut, pelanggan terasa minatnya dihargai oleh peniaga. Apakah ini tidak boleh dilakukan oleh petugas pemasaran dan jualan? Petugas pemasaran atau petugas jualan hanya perlu mencetak senarai judul daripada data inventori di kertas simili dan menyelitkan di majalah tersebut. Cara promosi ini tidak memerlukan perbelanjaan yang tinggi dan syarikat tidak perlu bersusah-payah meminta khidmat perunding iklan.

Kajian turut mendapati kedai buku kurang peka dengan perkembangan semasa. Walaupun Malaysia tidak mengalami empat musim masih banyak hari perayaan yang boleh dimanfaatkan. Perayaan yang diraikan oleh penduduk negara ini tidak dieksplotasi dengan sebaik mungkin. Hari Kemerdekaan tidak pula disertakan usaha mempraktikkan *point of display*. Buku-buku biografi sejarawan, karya-karja sejarah dan perjuangan dan novel-novel sejarah yang boleh dibaca oleh seluruh lapisan rakyat. Hari Maulidur Rasul dan Maal Hijrah juga tidak memberi kesan kepada promosi buku-buku agama begitu dengan perayaan keagamaan, hari-hari peringatan maupun acara besar yang dianjurkan oleh negara. Malangnya di luar peruncitan buku, pasaraya-pasaraya, gedung-gedung membeli-belah dan pusat-pusat jualan pakaian dan aksesori mengambil kesempatan perayaan-perayaan itu dengan mengadakan jualah murah.

Kajian turut mendapati selepasnya musim peperiksaan umum persekolahan seperti UPSR, PMR, SPM atau STPM dan musim cuti semester tidak dimanfaatkan oleh peniaga buku. Kebanyakan pekedai buku lebih ghairah untuk menjalankan promosi untuk permulaan sessi baru persekolahan berbanding mengisi waktu senggang pelajar. Corak dan konsep penawaran judul begini harus diubah bagi memelihara kesinambungan ilmu dan sebagai satu obligasi sosial.

Stesen televisyen dan radio yang menyediakan banyak segmen keilmuan dan hiburan juga tidak dimanfaatkan oleh peniaga buku. Tumpuan segolongan besar rakyat kepada media elektronik ini telah dipersia-siakan oleh industri buku. Rancangan kuiz, rancangan kanak-kanak dan forum keilmuan, boleh digunakan oleh penerbit dan penjual buku untuk menaja dan sekaligus mengiklankan produk ini. Baucar buku atau token yang boleh ditukar di premis-premis penaja adalah satu langkah awal menyemai budaya membaca di kalangan rakyat dan secara tidak langsung boleh memberi keuntungan kepada perniagaan buku.

6.2.4 Bekerjasama mewujudkan budaya membaca

Kebolehan membangkitkan dan membentuk budaya membaca di kalangan orang ramai terutamanya golongan kanak-kanak adalah aset pemasaran yang boleh menjamin keberterusan perniagaan ini di masa depan. Untuk membentuk golongan membaca di masa hadapan, kanak-kanak ini harus diberi pendedahan

awal. Oleh kerana kedai buku adalah agen untuk mendapatkan bahan bacaan selain perpustakaan, pekedai buku harus menggunakan kesempatan-kesempatan ini. Penyediaan ruang kanak-kanak yang lebih menarik, menyelesakan serta mampu mengaruh kanak-kanak ini untuk lebih banyak menghabiskan masa berjalan-jalan dengan ibu bapa di kedai buku, pasti pemasaran buku dalam tempoh jangka panjang tidak menjadi masalah.

Kebarangkalian apabila golongan dewasa ini memilih kedai buku sejak dari zaman kanak-kanak adalah tinggi. Kebiasaan mengunjungi kedai buku sejak dari zaman kanak-kanak pastinya akan berlanjutan apabila dewasa bukanlah perkara mustahil. Untuk itu mengaruh kanak-kanak harus diteruskan dengan penyediaan bahan bacaan apabila mereka meningkat remaja, akhir remaja dan akhirnya dewasa.

6.3 PERUBAHAN DAN HAMHATAN DALAM PERUNCITAN BUKU

6.3.1 Kewujudan masyarakat digital

Hasil paduan karya seni, ilmu dan kreativiti manusia dalam bentuk buku merupakan satu industri kebudayaan. Kekuatan buku sebagai boleh dibaca, dibelek, diselak ke depan mahupun ke belakang manakala kandungannya boleh difahami dan dihayati adalah satu latihan membaca yang baik. Namun begitu perkataan bercetak sedang mengalami perubahan. Aliran pergantungan masyarakat kepada bahan bercetak memberi saingan kepada nilai dan kepentingan bahan tradisi ini.

Perkembangan teknologi pengkomputeran, maklumat boleh disebarluaskan melalui rangkaian talian yang boleh disambungkan ke komputer melalui buku-buku bacaan, siaran akhbar, rangkaian televisyen dan radion tetapi kini melalui internet di paparan komputer, maklumat dan informasi daripada setiap pelusuk dunia boleh didapati. Kemampuan komputer dan penciptaan perisian komputer yang mampu memproses data dan menyalurkannya dalam rangkaian-rangkaian pengguna; faktor lokasi tidak menjadi penghalang untuk mendapatkan maklumat.

Pengguna hanya perlu melayari halaman web dan boleh menjelajahi dunia untuk mendapatkan maklumat. Masyarakat digital yang digerakkan oleh satu mesin yang berfungsi secara digital iaitu komputer, keperluan kepada bidang keimuan semakin meluas. Kadar cefik komputer yang rendah di Malaysia, boleh dijadikan perangsang untuk penerbitan buku mengambil peluang di samping turut memberikan obligasi yang disesuaikan dengan bentuk penerbitan post modenisme kepada penerbitan era digital tanpa mengubah ciri-ciri tradisional media cetak.

6.3.2 ‘Buku’ bentuk baru

Penerbitan buku kini sedang dilanda krisis perkembangan media elektronik. Jika satu ketika dulu, media cetak terpaksa berhadapan dengan perkembangan video, VCD, televisyen dan radio dalam mendapatkan ruang edutainment, kini penghasilan CD-ROM dan rangkaian lebuhraya maklumat turut memberi cabaran kepada penerbitan tradisional. Walaupun kuat keyakinan buku dalam bentuk kertas dan dijilid tidak akan hilang, pengamal penerbitan harus memberi respon kepada perkembangan drastik ini demi menjamin buku tetap bergerak seiring dan bersaing dengan penerbitan moden ini.

Penghasilan CD-ROM yang menggunakan kaedah ilustrasi, animasi, suara dan muzik; suasana pembelajaran lebih menyeronokkan dan aktiviti membaca lebih menarik. Penerbitan berkonsep skrin paparan ini dalam satu aspek adalah lebih baik daripada tulisan yang bercetak namun faktor readibiliti masih dipertikaikan. Beberapa tahun kebelakangan ini buku empat warna dengan bantuan ilustrasi dan photo yang berwarna-warni semakin meluas penerbitannya dalam bersaing dengan penghasilan ‘buku’ bentuk baru dalam bentuk CD-ROM ini. Bagi sesetengah penerbit seperti Addison-Wessley pula menerbitkan buku berserta dengan tape video kaset atau menjual buku bersama dengan CD-ROM adalah langkah penghasilan audio book. Harpers Book menerbitkan *Eat Right for Your Type* oleh Peter J. D manakala Random House pula mengembangkan siri penerbitan Drucker dalam bentuk audio seperti *Managing For The Future* yang dibaca oleh Joseph Lampada.

Penghasilan penerbitan ‘buku’ baru ini turut mengubah bentuk pemasaran buku, cara peragaan dan tempat peragaan di kedai buku. Perkembangan pesat penghasilan CD-ROM ini, premis yang menjual CD-ROM turut tumbuh seperti cendawan selepas hujan. Daripada kajian, kedai buku lebih cenderung mengedarkan CD-ROM ilmiah seperti ensiklopedia, kamus atau yang dikeluarkan bersama dengan buku-buku manakala kedai-kedai menjual CD-ROM menumpukan kepada bidang-bidang lain yang dibiarkan diambil oleh pekedai buku. Kedai buku MPH menekankan penjualan CD-ROM yang didatangkan beserta buku dan menyerahkan kepada peniaga CD atau pusat jualan komputer untuk menawarkan produk daripada bidang yang lain.

Image IT Gallery adalah pembekal produk tempatan dan luar negara kepada premis tersebut. Syarikat ini mendapatkan produk untuk pasaran di Lembah Kelang daripada penerbitan tempatan dan penerbit luar negara. Pembelian tunai dan tempoh kredit yang singkat iaitu dalam tempoh 30 hari ketika berurusan dengan penerbit luar negara, serba sedikit membataskan jumlah produk yang boleh ditawarkan oleh pengedar ini. Pesanan produk pula boleh diterima dalam tempoh dua minggu bagi penerbit multimedia yang mempunyai agen pengedaran di Singapura. Bagi penerbit yang berurusan terus dengan syarikat ini, tempoh penghantaran memakan masa lebih lama. Antara penerbit tempatan yang dikenali dalam bidang multimedia, MTV Production, CIE Intergrated, HCI Master(M) Sdn Bhd yang menerbitkan produk pengajaran, CD-ROM bercerita, CD-ROM Al-quran, and CD-ROM pendidikan bahasa Arab, Melayu dan Mandarin.

Inspirasi kerajaan untuk mewujudkan Sekolah Bestari dan pusat pendidikan maya, keperluan terhadap bahan pengajaran dan pembelajaran berkoncepkon multimedia turut bertambah. Penggunaan komputer di sekolah-sekolah kerajaan dan institusi pendidikan swasta turut membawa arah baru bidang perbukuan. Keperluan terhadap bahan cetak pada dasarnya akan terjejas namun pengamal penerbitan buku sama ada penerbit mahupun penjual buku tidak seharusnya berputus asa dan bimbang. Buku masih mempunyai khalayak dan ciri-ciri buku yang mudah dibawa, dipegang, mudah dijaga, buku boleh dibawa ke mana-mana, tahan lasak dan keterbacaan kandunga buku itu berbanding dengan penerbitan moden, khalayak buku masih boleh dicipta. Penciptaan pemacu CD-ROM mudah alih mungkin boleh menjadi pesaing tetapi membaca buku tanpa

memerlukan peralatan tertentu, tanpa syarat dalam mengoperasi dan tidak memerlukan punca kuasa, prospek masa depan penerbitan buku akan tetap terjamin.

Penghasilan buku elektronik dengan kulit keras, berkonseptan permainan dan pembaca diberikan panduan untuk mengetahui tema dan isi cerita buku tersebut. Buku *What time is it?* (1988) diterbitkan dalam bentuk kulit keras dan ilustrasi empat warna. Pembaca dibekalkan dengan jam tangan dan dibimbing untuk mengenali kedudukan jarum untuk bangun pagi, pergi sekolah, makan tengahari, bersukan, makan malam dan waktu tidur. Buku pengiraannya pula dilekatkan dengan mesin kalkulator supaya pembaca boleh membuat pengiraan.

Ilustrasi empat warna dan kaedah *die-cut* seperti dalam *Welcome to The World of Buzz and Flutter's*, pembaca akan diarah untuk memberi respon semasa proses membaca. Pengguna alat magnetik membolehkan alat permainan ini bergerak mengikut yang diprogramkan oleh penerbit. Buku-buku elektronik ini kebanyakannya dijual secara langsung oleh penerbit atau agen penerbit.

Perniagaan produk ‘buku’ bentuk baru ini harus mengambil iktibar daripada perniagaan buku tradisional yang sehingga kini masih kurang mantap berbanding dengan produk lain. Penerbitan multimedia dan digital memerlukan perbelanjaan yang tinggi dan harus difragmentasikan sebaik mungkin. Khayalak pembaca adalah terlalu subjektif bagi setiap satu judul dan segmentasi khalayak adalah konsep penting dalam penerbitan buku sedangkan penerbitan moden ini lebih kepada pengedaran secara global. Kejayaan perniagaan buku tradisional yang bergantung kepada kandungan buku, globalisasi pengedaran relativnya memerlukan penyesuaian untuk diaplikasikan dengan berjaya.

6.3.3 Kedai buku ‘maya’

Perluasan penggunaan internet dan bertambahnya golongan celik komputer; perniagaan buku menerusi halaman web lambat-laun akan menjelaskan fungsi kedai buku. Kedai buku web turut mengambil pendekatan globalisasi sejajar dengan pengglobasian ilmu. Halaman web seperti Asia.com iaitu kedai buku maya Malaysia, Amazon.com, Bookweb, Bookserve di Amerika Syarikat manakala Internet Bookshop dan Bookpages yang bertapak di Britain; boleh

melayani permintaan dan pesanan daripada setiap pelusuk dunia. Amazon.com yang diterajui oleh Simon Murdoch menggunakan khidmat pengedar buku Ingram Inc. dalam memastikan buku-buku yang dicari oleh pelayar boleh dihantar dengan cepat dan tepat pada masanya.

Kewujudan kedai buku maya ini harus dipandang daripada aspek positif dan negatifnya oleh pekedai buku. Ada segelintir pembaca yang melayari laman web untuk mendapatkan informasi dan tidak untuk tujuan membeli. Mereka tetap memerlukan peruncit buku dalam mendapatkan buku-buku tersebut. Seringkali pembelian melalui internet, seseorang itu membeli dalam jumlah yang banyak demi menjimatkan kos penghantaran dan tidak pula memerlukan buku tersebut dalam tempoh terdekat.

6.4 PENUTUP

Perniagaan buku yang pada mulanya dianggap pelaburan yang tidak menguntungkan tidak seharusnya dijadikan alasan untuk mengkesampingkan nilai komersil wahana keilmuan ini. Globalisasi ilmu, kesedaran keilmuan dan perkembangan teknologi, keperluan terhadap ilmu semakin mencabar. Kajian yang disempurnakan telah meluaskan minda pengkaji dalam membuat justifikasi mengenai penjualan buku khasnya dan penerbitan buku secara am.

Walaupun terdapat ratusan kedai buku di negara ini penyelidik mengambil keputusan untuk menentukan batasan perlu dalam pengumpulan data. Set soal selidik yang disediakan merangkumi persoalan pengurusan dan pemasaran bagi menjuruskan kepada persoalan yang dibincangkan. Kesukaran untuk mendapatkan kedai buku menurut tatsiran ideal, hanya sejumlah kedai buku dikenal pasti dapat memberi rumusan.

Sebagaimana dalam perbincangan terdahulu, suasana sebenar kedai buku di negara ini adalah pelbagai. Keperluan buku yang banyak dipengaruhi oleh faktor demografi, kedai buku yang terdapat dalam pelbagai bentuk mengikut keperluan setempat. Persoalan-persoalan awal seperti mampukah perniagaan buku menggaji pekerja pengurusan seideal mengikut tafsiran sarjana pengurusan, pengkaji boleh membuat rumusan. Walaupun perniagaan ini

dianggap professional namun tafsiran margin keuntungan yang rendah, perniagaan buku masih dipandang sepi oleh banyak pihak. Buku bukanlah aset yang boleh dicagarkan kepada pihak bank, turut merendahkan martabat wahan ilmu itu. Hanya segelintir pihak yang boleh meletakkan dan menyedari kepentingan bidang ini dalam pembangunan manusia, bangsa dan negara turut mengakibatkan kurangnya usaha untuk memartabatkan wahan keilmuan ini.

Pertimbangan rasional bersandarkan kelebihan dan kekurangan produk buku, kelemahan sistem pengurusan perniagaan buku yang ada, masalah dan cabaran-cabaran yang perlu dihadapi oleh peniaga buku, pengkaji membuat rumusan perlunya perniagaan buku harus memantapkan kedudukan dalam pasaran. Kebolehan buku bersaing dengan produk bukan keperluan lain yang lebih canggih, lebih menarik, lebih inovatif serta lebih memuaskan citarasa pengguna adalah jaminan kepada masa depan kedai buku.

Masalah celik huruf kini tidak boleh menjadi kayu ukur yang menarik nafas lega pengamal penerbitan kerana jumlah peratus membaca masih rendah. Peratus peruntukan untuk bahan bacaan juga rendah dan tumpuan lebih kepada mencukupkan keperluan hidup seperti perumahan, kenderaan, hiburan dan makanan, perniagaan buku memerlukan suntikan baru yang sesuai dengan perkembangan semasa. Penerbitan dan pembukuan ilmu yang masih belum diberi autoriti dalam perancangan pembangunan nasional, turut melembapkan pekembangan bidang ini. Kegagalan bidang ini bergerak seiring dengan perkembangan semasa turut mengakibatkan ia dikesampingkan oleh banyak pihak. Margin keuntungan yang kecil bagi perniagaan ini turut gagal memberi tarikan utama penanam modal.

Kedai buku yang menawarkan produk yang pelbagai, volum yang lebih tinggi akan mendapat pulangan yang lebih tinggi. Intensif terhadap hasil pengurusan akan menaikkan obligasi untuk mengusahakan perniagaan secekap mungkin. Jika kedai buku masih dengan tradisi lama, kedai buku semakin hilang taringnya. Buku masih menjadi keperluan bagi segelintir orang tetapi tidak menjadi kehendak bagi sebahagian ramai orang, adalah cabaran yang perlu ditangani. Jika keadaan ini menimpa bidang pembukuan, masalah yang lebih rumit akan timbul.

Secara idealnya, kekerapan jualan dalam perniagaan buku, menaikkan jumlah judul terjual. Kelebihan keuntungan penerbit membuka peluang untuk memberi lebih insentif seperti pembayaran yang lebih sistematik, peratus keuntungan yang tinggi dan naskhah percuma untuk peragaan.

Tidak semua ahli masyarakat memasukkan senarai bahan membeli-belah dengan bahan bacaan, bagaimana pekedai buku boleh mengubah cara orang ramai membelanjakan kewangan mereka? Sebagai sebuah negara membangun, keperluan makan dan keperluan hidup menjadi tumpuan dalam merancang perbelanjaan walau bagaimanapun kedai buku masih punya lompong kosong yang selama ini diisi oleh barangans seperti aksesori dan hiburan.

Masalah kurang upaya penyelidik menyusuri setiap bandar, kajian ini masih boleh diperbaiki. Pengalaman cetek pengkaji dalam bidang penjualan buku turut boleh diperbaiki bagi mendapatkan gambaran sebenar perniagaan buku dengan fakta yang lebih terkini seiring dengan perkembangan semasa. Kelemahan cara promosi, sistem pengedaran buku yang tidak rigid, professionlisme perniagaan buku dan pengurusan produk oleh penjual boleh dikaji demi untuk memantapkan perniagaan ini. Pemantapan ini membolehkan pemasaran buku lebih menyeluruh yang membolehkan penawaran produk yang lebih banyak, bermutu dan kompetitif.