

ABSTRAK

Penerbitan buku-buku sekolah merupakan bidang penerbitan buku yang paling popular dan paling menguntungkan bagi para penerbit di Malaysia. Saiz pasaran bagi buku-buku sekolah amat besar. Kerajaan juga sentiasa memberikan penekanan dan peruntukan yang besar bagi bidang pendidikan dalam bajet negara. Di peringkat individu pula, pencapaian akademik merupakan salah satu faktor penentu kecemerlangan kerjaya dan masa hadapan. Buku-buku sekolah adalah salah satu alat bagi pelajar berusaha mencapai kejayaan akademik, dan dalam proses pengajaran dan pembelajaran itu sendiri. Secara tidak langsung, buku-buku sekolah memainkan peranan penting dalam sistem pendidikan bagi mencapai aspirasi Falsafah Pendidikan Kebangsaan.

Penerbitan buku sekolah suatu kegiatan perniagaan yang intensif dan memerlukan kepakaran serta kemahiran yang khusus. Pada masa ini penerbitan dan pengedaran buku teks adalah tertakluk kepada kawalan kerajaan, tetapi penerbitan dan pengedaran buku sekolah bukan buku teks umumnya bebas dan boleh diusahakan para penerbit swasta. Corak pengedaran buku-buku sekolah bukan buku teks di Malaysia didapati unik dan pada sebahagiannya kelihatan tidak mematuhi prinsip pemasaran 4P serta teori campuran pemasaran. Ini disebabkan oleh wujudnya beberapa faktor yang 'menghantui' bidang ini. Penerbitan dan pemasaran buku-buku sekolah didapati merupakan suatu aktiviti perniagaan yang sangat mencabar, memerlukan pengalaman dan gerak balas yang cepat daripada pengusahanya, dan amat kompetitif.

Berdasarkan kepentingannya dalam pembangunan negara, buku-buku sekolah seharusnya diterbitkan secara kos efektif, bermutu dan diedarkan dengan efisien. Atas dasar memikul tanggungjawab sosial, penerbit dan penjual buku sekolah mestilah memastikan golongan sasaran, iaitu pelajar dan ibu bapa, mendapat nilai yang terbaik daripada setiap sen wang yang dibelanjakan untuk

membeli buku-buku sekolah. Akan tetapi hasrat ini mungkin tidak tercapai selagi wujudnya isu-isu persaingan yang tidak sihat, monopoli pasaran, dan ketidaktelusan dagangan di kalangan penerbit dan penjual buku sekolah. Ketiadaan polisi yang khusus serta campur tangan daripada kerajaan, badan-badan berkenaan dan persatuan-persatuan perbukuan sehubungan perjalanan perniagaan buku sekolah juga boleh merumitkan keadaan.

Kajian ini meneliti buku sekolah sebagai suatu produk, ciri-cirinya, jenis-jenisnya, kepentingannya, persamaan serta perbezaannya dengan buku-buku daripada kategori lain. Kajian ini juga mengkaji bentuk aktiviti promosi yang dijalankan oleh penerbit dan penjual buku sekolah serta corak pengedarannya pada masa ini. Kesan faktor luaran dan dalaman terhadap aktiviti perniagaan ini dikaitkan dengan amalan semasanya. Kajian ini juga meneliti implikasi amalan niaga dan struktur pengedaran buku sekolah terhadap matlamat murni penerbitan buku sekolah itu sendiri. Selain meneliti senario, kajian ini cuba mengenal pasti sebarang kelemahan dalam sistem penerbitan dan pemasaran yang diamalkan sekarang, punca-puncunya, dan di mana mungkin, mengemukakan cadangan pembaikan. Ini kerana penerbitan dan pemasaran buku sekolah yang efisien dan telus di samping memberikan keuntungan secara komersil kepada pengusahanya juga akan memberikan manfaat besar kepada anak-anak bangsa, tidak membebankan ibu bapa, dan akhir sekali diharap dapat memberikan sumbangan besar ke arah mencapai matlamat pendidikan negara.

ABSTRACT

Schoolbook publishing is among the most popular and most profitable segment of the publishing industry in Malaysia. The market size for schoolbooks is huge. Furthermore, the government has always emphasizes the importance of education and provide substantial allocation for education in the budget. At the individual level, good academic achievement is deemed one of the important factors for career advancement and for a promising future. Schoolbook is one of the tools for students to achieve academic excellence, and in the teaching and learning process itself. Indirectly, schoolbook plays a very important role in the education system and ultimately in the achievement of the National Education Philosophy.

Schoolbook publishing is an intensive business that requires specific skills and specialties. Currently, the publishing and distribution of school textbooks are under the government's control, but the publishing and distribution of non-textbook schoolbooks in general is a free activity that can be undertaken by private publishers. The distribution pattern of schoolbooks in Malaysia is found to be unique and in part does not conform to the 4Ps' marketing principle and the marketing mix. This is due to some pervasive, detrimental factors in the trade. The publishing and marketing of schoolbooks is a very competitive and demanding business activity that calls for vast experience and fast response from its players.

Due to its important role in a country's development, schoolbooks should be produced cost-effectively, of good quality, and distributed efficiently. Partly to carry out its social obligation, schoolbook publishers and booksellers must ensure that the target audience, i.e. students and parents, get the best possible value from every single cent that they spend on schoolbooks. However, this objective will not materialize if there still exists unhealthy competitions, market

monopolies, and dubious dealings among schoolbook publishers and booksellers. The lack of a clear and definitive policy from the government with regards to schoolbooks publishing and marketing, and the unwanted intervention of some government agencies and related associations in this area, is not making things any better.

This study focuses on schoolbook as a product, its characteristics, its types, its importance, and its similarities and differences compared to books from other categories. Types of promotional activities carried out by schoolbook publishers and booksellers are discussed, and the current distribution pattern traced. The effects of internal and external factors are linked to the current business practice. This research also studies the implications of the current trade practices and schoolbook distribution structure on the noble intentions of schoolbook publishing. Apart from studying the current scenario, this study also tries to identify weaknesses in the current publishing and marketing system, its probable causes, and where possible, proposes recommendations for improvements. This is imperative because an efficient and transparent schoolbook publishing and marketing mechanism will not burden parents, provide huge benefits to students, provides good returns on investment made by its operators, and most importantly, be instrumental in the nation's goal of achieving the national education policy objectives.