

BAB 7

KESIMPULAN

Buku dan media cetak lain adalah instrumen penting yang digunakan dalam bidang pendidikan dan juga untuk menyalurkan ilmu pengetahuan kepada khalayak membaca. Buku juga memainkan peranan penting dalam membentuk sosial dan budaya masvarakat di seluruh dunia. Bidang penerbitan buku bukan semata-mata industri budaya dan intelektual tetapi ia turut menjana pertumbuhan kesihatan fizikal dan mental di kalangan penduduk di sesebuah negara. Sejarah penggunaan buku sebagai alat komunikasi telah pun wujud seiak beribu-ribu tahun lamanya.

Malah, permintaan terhadap buku sentiasa wujud meskipun terdapatnya kewujudan alat-alat komunikasi lain yang lebih moden di pasaran. Dipetik kata-kata yang diberikan oleh Dato' Ng Tieh Chuan dalam kertas kerianya yang bertajuk "*Economic Of Short-Run Publishing*" yang dibentangkan pada Seminar Penerbitan Ilmiah 2003 yang lalu, "*A dose of poison can do its work only once, but a bad book can go on poisoning people's mind for any length of time. Conversely we all agree that a good book is the very essence of a good man. His virtues survive in it.*"

Petikan kata-kata di atas memberikan pengertian kepada kita bahawa buku boleh digunakan untuk pelbagai tuiuan sama ada untuk tuiuan baik mahupun sebaliknya. Buku bukan sahaja memuatkan pelbagai jenis ilmu tetapi buku juga boleh digunakan untuk meracuni fikiran manusia pada bila-bila masa. Walau bagaimanapun, buku yang baik ialah buku yang di dalamnya mengandungi intipati kemanusiaan yang baik.

Sehingga kini, perusahaan buku semakin maju dan dilihat seiring dengan produk-produk lain di pasaran. Boleh dikatakan hampir kesemua negara di dunia pada hari ini berusaha menerbitkan buku untuk kenerluan penduduk negara masing-masing walaupun pendekatan dan teknologi penerbitan yang digunakan adalah berbeza. Malah, sejak internet seterusnya teknologi web digunakan secara meluas mulai tahun 1990-an, bidang perdagangan buku telah mengalami peningkatan yang memberangsangkan terutama dari aspek pemasarannya. Malah laman-laman web yang dibangunkan dilihat sebagai satu kaedah atau alat alternatif untuk merangka strategi pemasaran yang berkesan untuk sesebuah produk (termasuk buku) terutama untuk tuiuan promosi dan pengedaran. Malah ia juga mempunyai potensi yang cerah untuk mendominasi industri media sedikit masa lagi sebagai alat penyampaian utama item-item bercetak.

Kejayaan Amazon.com menembusi pasaran buku menggunakan laman web ternyata telah menarik minat sebilangan besar penerbit lain untuk turut menggunakan laman web sebagai salah satu daripada medium pemasaran untuk buku-buku yang diterbitkan. Pengasas merangkap Ketua Eksekutif Amazon.com, Jeff Bezos berkata bahawa keputusannya memasarkan buku menggunakan laman web dibuat setelah dia memikirkannya secara rasional dengan mempertimbangkan pelbagai faktor terhadap 20 produk yang disenaraikannya. Menurutnya, “... *there are more items in the book category than there are items in any other category. The enormous of book takes advantage of computers, which are good at sorting, searching and organizing*” (www.talks.com).

Buku dianggap produk yang paling sesuai dipasarkan menerusi laman web selain perkakasan dan perisian komputer kerana buku memiliki ciri-ciri semula jadi berikut:

- ▣ Buku merupakan komoditi yang dikenali dan diketahui umum.
- ▣ Ia tidak mahal dan sering dibeli.
- ▣ Ia ditawarkan kepada semua orang dan setiap pembeli buku boleh menjadi pengguna yang berpotensi.
- ▣ Buku mudah diedarkan dan tidak memerlukan pembungkusan yang rumit.

(Diperoleh dan diubahsuai daripada Siti Ezaleila Mustafa, 2002)

Ramai yang menganggap bahawa pemasaran buku menerusi laman web mampu memberikan peluang perniagaan serta potensi keuntungan yang cukup besar kepada para penerbit kerana dengan adanya laman web kelebihan-kelebihan berikut dapat diperoleh, iaitu:

- Penawaran judul yang lebih banyak serta meluas dengan kaedah carian yang lebih cencet serta mudah.
- Ruang pameran yang tidak terhad
- Kemas kini produk boleh dilakukan pada bila-bila masa mengikut pilihan penerbit.
- Proses pesanan yang mudah dan nantás.
- Wujudnya komunikasi dua hala di antara penerbit dengan pengguna.
- Capaian pelanggan yang lebih luas.
- Penawaran harga yang kompetitif.
- Laman web penerbit beroperasi 24 jam dan boleh diakses pada bila-bila masa.

Pembinaan laman web ini memberi peluang kepada para penerbit dan pengedar buku untuk terus mengekalkan situasi dan pelanggan yang sedia ada di samping berneluan untuk meneroka pasaran yang lebih besar dan bersifat global. Selain itu, penerbit juga berpeluang untuk mewujudkan jalinan kemesraan yang lebih erat dengan para pelanggannya tanpa perlu menggunakan khidmat orang tengah sebagai

terantara. Malah, promosi atau periklanan yang selama ini dilakukan oleh pihak lain boleh dilakukan sendiri oleh penerbit yang sekaligus membantu mengurangkan kos promosi penerbit serta dapat meningkatkan jualan.

Di Malaysia, pemasaran buku menggunakan laman web mula digunakan pada akhir tahun 1990-an iaitu sejak MSC dikenal dan diwujudkan oleh kerajaan. Walaupun bidang pemasaran buku menggunakan laman web ini masih baru di Malaysia namun ia berpotensi untuk berkembang kerana Pemasaran menggunakan laman web ini membuka ruang untuk penerbit-penerbit buku di Malaysia meneroka pasaran antarabangsa. Darul Nu'man dan Pelanduk Publication adalah di antara penerbit yang giat memasarkan buku-buku mereka menerusi web selain eloka.com dan foundermall.com iaitu di antara kedai buku dalam talian yang utama di Malaysia.

Walau bagaimanapun, daripada perbincangan yang telah dilakukan sebelum ini, mendapati bahawa kebanyakkan penerbit buku di Malaysia masih belum ~~memanfaatkan~~ kewujudan teknologi ini sepenuhnya terutama penerbit-penerbit universiti iaitu penerbit utama buku-buku ilmiah di negara ini selain Dewan Bahasa dan Pustaka. Daripada sebelas penerbit universiti yang terdapat di negara ini, hanya

lima sahaja daripadanya didapati ada mempunyai laman web dan menggunakanannya sebagai saluran pemasaran atau alat promosi untuk buku-buku terbitan mereka.

Walaupun laman web menjanjikan peluang yang lebih baik kepada para penerbit untuk meluaskan pasaran mereka hingga ke peringkat yang lebih tinggi, namun dengan prospek pasaran buku-buku ilmiah di negara yang kecil serta terhad permintaannya menyebabkan kaedah ini tidak mampu dilaksanakan sepenuhnya oleh penerbit-penerbit universiti terbabit. Ini kerana, kebanyakan kandungan buku ilmiah (hasil kerja pengarang tempatan) yang berada di pasaran lebih menumpukan pasaran dalam negara dan tidak bersifat global. Hanya segelintirnya sahaja diterbitkan untuk pasaran antarabangsa. Keadaan ini nyata berbeza dengan bahan-bahan bacaan ilmiah terbitan luar negara yang kandungannya lebih bersifat global dan sejagat menyebabkan pasarannya lebih meluas dan diterima di seluruh dunia.

Pemasaran menggunakan laman web juga memerlukan segala urusan jual beli seperti membuat pesanan dan pembayaran dibuat secara terus dalam talian menerusi penggunaan kad kredit seperti yang digunakan oleh Amazon.com dan Barnes & Noble serta sejumlah penerbit swasta di negara ini. Namun, kaedah ini tidak dapat dilaksanakan kerana akaun penerbit diletakkan di bawah urusan dan kawalan bendahari universiti menyebabkan mereka sukar untuk mengenal pasti

penerbit buku dari luar negara yang lain. Kebanyakkan laman web penerbit yang dibangunkan adalah ringkas tetapi berstruktur, menarik dan lengkap. Laman-laman web yang dibina ini secara amnya dapat memenuhi matlamat pelayar untuk mencari buku-buku yang diperlukan meskipun ianya mungkin tidak dapat menyediakan sepenuhnya apa yang dicari oleh pelajar atau pengguna. Walau bagaimanapun, dengan adanya penyediaan enjin carian dalam laman web, danat memandu pelayar atau pengguna ke laman yang mungkin ada memaparkan maklumat-maklumat yang diperlukan.

Malah terdapat juga laman web penerbit yang turut memuatkan ruangan bertanyauntuk para pelayar/pengguna bertanyakan sebarang soalan atau mencari buku-buku yang diperlukan menggunakan khidmat penerbit. Penyediaan penghitung (*counter*) dan juga buku tamu (*guest book*) pada sesetengah laman web penerbit memudahkan penerbit mengesahkan bilangan pengunjung di samping mendapat maklum balas dan pandangan pengguna mengenai produk yang dipaparkan dan komen-komen berguna lainnya.

Sementara itu, dari aspek isi kandungan nula, laman-laman web penerbit memuatkan paparan informatif mengenai buku-buku yang diterbit dan dipasarkan. Elemen-elemen utama dalam pemasaran buku iaitu nama pengarang, harga,

nombor ISBN serta iudul ada dipaparkan. Sesuai dengan produk yang dibasarkan iaitu buku-buku ilmiah, maka laman-laman web penerbit universiti ini hanya memaparkan buku-buku tersebut sama ada mengikut bidang pengajian tertentu ataupun secara umum. Malah ada juga laman web penerbit turut memberikan sinopsis serta isi kandungan buku sebagai maklumat tambahan kepada pembeli.

Ramai pihak membuat jangkaan bahawa bilangan penerbit, penjual serta pengedar buku yang akan memasuki ruang maya akan semakin bertambah memandangkan bidang perniagaan ini dilihat sebagai trend perniagaan masa depan yang cerah untuk diterokai. Penerbit-penerbit buku ilmiah di negara ini perlu memantulkan lagi pengetahuan dan penguasaan mereka dalam bidang pemasaran secara *online* dengan mempelajari bagaimana hendak menggunakan teknologi web ini dengan sebaik mungkin bagi membolehkan mereka memasuki bidang tersebut dan berusaha bersaing dengan penerbit-penerbit antarabangsa yang sudah terlebih dahulu menguasai bidang ini.

Kemerosotan yang berlaku dalam pasaran buku ilmiah tempatan seiak kebelakangan ini tidak seharusnya menghadkan usaha pihak-pihak terbabit untuk terus merangka strategi pemasaran yang berkesan. Usaha yang lebih perlu dilakukan oleh pihak terbabit bagi membangunkan semula industri ini agar kembali

kukuh seperti sebelum ini. Pihak penerbit perlu melantik lebih ramai ejen jualan dari luar negara untuk turut membantu memasarkan buku-buku ilmiah yang diterbitkan dengan merangka pelan pemasaran yang lebih efektif dengan mereka. Malah, sebuah kedai buku siber yang akan memuatkan pelbagai judul buku ilmiah terbitan tempatan perlu diwujudkan bagi membantu meningkatkan lagi jualan buku-buku ilmiah yang diterbitkan. MAPIM sebagai peneraju utama penerbitan ilmiah di negara ini perlu mewujudkan satu portal khas yang memuatkan paparan judul-judul yang diterbit dan dipasarkan oleh ahli-ahli yang bernaung di bawahnya.

Sementara itu, laman-laman web penerbit yang telah dibangunkan nula perlu dimantapkan lagi dengan menyediakan kemudahan-kemudahan lain yang dapat menarik minat pelayar/pengguna untuk mengakses dan melawati laman web penerbit berkenaan. Sebagai contoh, penerbit boleh menyediakan satu ruangan khusus untuk nelavar berkomunikasi dengan pengarang senerti yang terdapat dalam Amazon.com dan Barnes & Noble. Ruangan ini membolehkan pelayar/pengguna mengenali seseorang pengarang secara lebih dekat serta mengemukakan apa iua soalan berkaitan buku yang ditulis oleh pengarang berkenaan. Malah, ruangan ini juga dapat membantu pengarang mengetahui cita rasa dan pandangan membaca terhadap buku-buku yang dihasilkan serta membolehkan mereka memperbaiki

kelemahan yang terdapat pada karangan tersebut (seirananya ada) sebelum diulang cetak.

Akhir sekali, boleh dikatakan bahawa pemasaran menggunakan laman web wajar serta sesuai digunakan oleh penerbit-penerbit buku terutama penerbit buku-buku ilmiah sebagai tambahan (*supplementary*) kenadaan pemasaran konvensional yang sedia ada. Walaupun tidak digunakan sepenuhnya lagi sebagai medium pemasaran namun masih ada ruang dan masa untuk para penerbit memantapkan lagi bidang pemasaran menggunakan laman web ini. Tidak dinafikan bahawa teknologi ini mengambil masa yang agak panjang untuk dilaksanakan sepenuhnya namun ia bukanlah penghalang kepada penerbit-penerbit buku ilmiah untuk terus menerokainya.

Meruiuk kenadaan Porter (dalam Ng Tieh Chuan, 2003). “*if you follow the trend, you'll be average, not superior. And that goes against the grain of effective competitive strategy.*” Berdasarkan kata-kata ini, tidak mustahil suatu hari nanti Malaysia menjadi pengeluar dan pembekal utama buku-buku ilmiah di seluruh negara sekiranya kerjasama yang sedia ada serta kesungguhan untuk meneroka pasaran antarabangsa terus dilakukan.