

1/01/2002

R

KEDAI BUKU DALAM TALIAN:
STRATEGI BARU DALAM PEMASARAN BUKU

SITI EZALEILA MUSTAFA

JABATAN PENGAJIAN MEDIA
FAKULTI SASTERA DAN SAINS SOSIAL
UNIVERSITI MALAYA
KUALA LUMPUR
2002

Perpustakaan Universiti Malaya



A510789285

ABSTRAK

Pemasaran merupakan faktor penting yang perlu diberikan penekanan dalam perniagaan perbukuan—dan semua jenis perniagaan—kerana ia merupakan nadi kelangsungan perniagaan yang dapat menggerakkan produk sehingga sampai ke khalayak sasaran. Dan dengan perkembangan teknologi maklumat dan komunikasi, pemasaran tanpa mengenal batasan geografi dan masa boleh dilakukan. Caranya, memasarkan buku di internet dengan menggunakan laman web atau kedai buku dalam talian.

Kejayaan Amazon.com yang diasaskan oleh Jeff Bezos dilihat sebagai perintis kepada kewujudan kedai buku dalam talian lain yang terdapat di seluruh dunia—termasuk Malaysia. Amazon.com berjaya menarik perhatian dunia dan menjadikan pembelian dalam talian sebagai pengalaman baru yang tidak pernah diimpikan sebelum ini. Keselesaan—di samping proses pembelian yang mudah dan pilihan judul yang lebih luas—menjadi faktor utama yang menggalakkan pembelian buku dalam talian.

Teknologi baru ini bukan hanya terhad untuk digunakan oleh penjual buku malah penerbit dan pengarang buku juga boleh memanfaatkannya. Mereka bukan sahaja dapat membantu aktiviti pemasaran bahan terbitan mereka, malah teknologi ini juga membantu mereka mengurangkan kos dan penggunaan orang tengah serta mencapai khalayak sasaran secara terus. Ia juga boleh digunakan untuk membantu perniagaan konvensional mereka kerana ia memberi pilihan kepada pelanggan sama ada berkunjung ke premis fizikal mereka atau melakukan tinjauan dan pembelian secara maya.

Oleh sebab pemasaran di kedai buku dalam talian memberi banyak manfaat kepada peniaga dan pembeli buku, semakin banyak kedai buku dalam talian diwujudkan. Namun, kewujudannya tidak harus dilihat sebagai ancaman kepada kedai buku konvensional sebaliknya kedua-duanya—kedai buku konvensional dan dalam talian—saling melengkapi.

ABSTRACT

Marketing is an important sector and should be given a lot of emphasis in the book trade—and in all types of business—because it is the nerve centre in the business environment and it can stimulate the flow of products to the targeted audience. With the advancement of information and communication technology, marketing without geographical borders and time limits is now a possibility. The method is through the marketing of books in the internet using the web sites or on-line bookshops.

The success of Amazon.com established by Jeff Bezos is the pioneer effort towards the the existence of on-line bookshops in the whole world—including Malaysia. Amazon.com succeeded in attracting the attention of the world and made on-line purchasing as a new experience that was never previously imagined before. The ease and comfort of—including the easy purchasing process and the wide selection of titles—became the main factor which encourages the purchasing of books on-line.

The new technology is not only limited to the convenience of booksellers but is extended to the publishers and the authors. The technology not only assist their marketing activities, but also help them cut costs incurred through the middlepersons as well as enable them to reach their audience directly. The technology may also be used to assist the conventional side of their business because it enables their customers to either physically visit their premises or do their purchasing on-line.

Since marketing on-line presented many benefits to the trader and buyer of books, more and more on-line bookshops are created. Nevertheless, their existence should not be seen as a threat to the conventional bookshops, instead, both entities—the conventional and on-line—should be complementary.

KANDUNGAN

Penghargaan	vi
Senarai Jadual	vii
Senarai Rajah	viii
Bab 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Pengenalan	1
1.2 Skop Penyelidikan	3
1.3 Kaedah Penyelidikan	4
1.4 Objektif Penyelidikan	5
1.5 Permasalahan Penyelidikan	6
1.6 Ulasan Persuratan	8
1.7 Pembahagian Bab	17
Bab 2 PENGENALAN KEPADA PEMASARAN	19
2.1 Definisi Pemasaran	19
2.2 Pemasaran dan Komunikasi Pemasaran	22
2.3 Pemasaran Buku	23
2.4 Pasaran Buku	26
2.5 Saluran Pemasaran Buku	27
2.5.1 Pengedaran	27
2.5.1 Pilihan Cara Penjualan	30
2.6 Pemasaran Buku di Kedai Buku	32
2.7 Revolusi Dalam Pemasaran Buku	33
Bab 3 PEMASARAN DALAM ERA PERKEMBANGAN TEKNOLOGI MAKLUMAT DAN KOMUNIKASI	36
3.1 Perkembangan Teknologi Maklumat dan Komunikasi	36
3.1.1 Kemunculan Internet	37
3.1.2 World Wide Web	40
3.1.3 Internet dan Perniagaan	41
3.1.4 Internet dan Komunikasi Pemasaran	42
3.2 Definisi Perdagangan Elektronik (E-Dagang)	44
3.2.1 Jenis E-Dagang	47
3.2.2 Kedai Maya / Kedai Dalam Talian	48
3.3 Aktiviti E-Dagang	49
3.4 E-Dagang dan Perniagaan Buku	56

Bab 4 PEMASARAN BUKU DI INTERNET	59
4.1 Pemasaran Buku Dalam Talian	59
4.1.1 Penerbit	62
4.1.2 Pengarang	64
4.1.3 Pengedar / Pemborong Buku	66
4.1.4 Penjual Buku / Peniaga Runcit Buku	67
4.2 Kedai Buku Dalam Talian	68
4.2.1 Amazon.com	70
4.2.2 Barnes & Noble	75
4.2.3 Borders	79
4.2.4 Internet Bookshop	82
4.2.5 Whitaker	86
4.3 Keistimewaan Penjualan Buku Dalam talian	90
4.4 Kedai Buku Konvensional Dalam Era Ekonomi Digital	91
Bab 5 KEDAI BUKU DALAM TALIAN TEMPATAN	94
5.1 Pengenalan	94
5.2 Kedai Buku di Malaysia	95
5.3 Kedai Buku Dalam Talian di Malaysia	97
5.3.1 Foundermall	98
5.3.2 MyBooks	102
5.3.3 Ebuku Bookstore	106
5.3.4 MII Online Bookshop	108
5.3.5 Kedai Buku Badan Cemerlang	111
5.3.6 Southbound	113
5.3.7 Mahir Publication Sdn. Bhd.	115
5.3.8 Darul Nu'man	116
5.3.9 Penerbit Universiti Sains Malaysia	118
5.3.10 BookGold	120
5.4 Pemasaran Buku Dalam Talian di Malaysia	122
Bab 6 KESIMPULAN	124
Rujukan	137
Lampiran	142

PENGHARGAAN

Terlebih dahulu syukur alhamdulillah diucapkan kerana dengan bantuan-Nya, projek penyelidikan ini berjaya disiapkan sebagai memenuhi syarat keperluan untuk mendapatkan Ijazah Sarjana Penerbitan.

Jutaan terima kasih juga diucapkan kepada wakil daripada Ebuku Bookstore dan Mybooks.com yang sudi menjawab beberapa soalan ringkas yang dihantar melalui mel-elektronik untuk melengkapkan projek penyelidikan ini.

Tidak lupa juga, ucapan terima kasih yang tidak terhingga juga seharusnya diberikan kepada penyelia projek penyelidikan bagi kursus sarjana ini, Prof. Madya Dr. Azizah Hj. Hamzah, kerana telah banyak memberi tunjuk ajar dan panduan dalam usaha menyiapkan projek penyelidikan ini. Di samping itu, beliau juga turut menyumbangkan pendapat dan bahan untuk menjadikan projek penyelidikan ini sebagai suatu hasil yang bernilai dan boleh dijadikan rujukan pada masa akan datang.

Penghargaan juga ditujukan kepada semua pensyarah, rakan sekursus dan senior khususnya di Jabatan Pengajian Media, Universiti Malaya yang secara tidak langsung banyak memberikan tunjuk ajar dan galakan untuk saya meneruskan pengajian ke peringkat sarjana dan seterusnya menamatkan pengajian tersebut. Sesungguhnya bantuan, galakan dan dorongan merupakan motivasi untuk saya memajukan diri dan mencipta kejayaan setinggi yang mungkin.

SITI EZALEILA MUSTAFA

Jabatan Pengajian Media
Universiti Malaya
Kuala Lumpur
2001/2002.

SENARAI JADUAL

Jadual 3.1	Jumlah Pengguna Internet Dunia	38
Jadual 3.2	Anggaran Statistik Untuk Pemilikan Komputer Peribadi dan Internet di Malaysia 1995-2000	39
Jadual 4.1	Kadar Penghantaran Antarabangsa Bagi Buku di Amazon.com	73
Jadual 4.2	Bayaran Pengiriman dan Pembungkusan Yang Dikenakan Berdasarkan Negara	85
Jadual 5.1	Taburan Kedai Buku di Malaysia Mengikut Negeri Pada tahun 1999	96
Jadual 5.2	Kadar Penghantaran untuk Pesanan di Malaysia	104
Jadual 5.3	Kadar Penghantaran di Luar Malaysia	105
Jadual 5.4	Kadar Bayaran dan Jangka Masa Penghantaran MII Online Bookshop	109

SENARAI RAJAH

Rajah 2.1	Sistem Pemasaran Yang Mudah	20
Rajah 3.1	Jumlah Pengguna Internet di Seluruh Dunia Setakat Januari 2000	38
Rajah 3.2	Penyahperantaraan dan Perantaraan Semula Melalui E-dagang	51
Rajah 3.3	Perbelanjaan Dalam Talian Untuk Pembelian Buku	58
Rajah 4.1	Amazon.com Book	72
Rajah 4.2	Barnes & Noble	75
Rajah 4.3	Bordes	80
Rajah 4.4	Internet Bookshop	83
Rajah 4.5	Whitaker	87
Rajah 5.1	Laman Web Foundermall.com Berbahasa Melayu	98
Rajah 5.2	Mybooks.com	103
Rajah 5.3	Ebuku Bookstore	107
Rajah 5.4	Kedai Buku Dalam Talian MII	108
Rajah 5.5	Kedai Buku Badan Cemerlang	112
Rajah 5.6	Southbound	114
Rajah 5.7	Mahir Publications Sdn. Bhd.	115
Rajah 5.8	Syarikat Penerbitan Darul Nu'man	116
Rajah 5.9	Penerbit Universiti Sains Malaysia	119
Rajah 5.10	BookGold.com	120