

## Aplikasi 4P Dalam Pemasaran Buku Ilmiah Bahasa Melayu Oleh Penerbit Universiti Awam Terpilih

### *4P Application in Marketing Malay Language Books by Selected Public University Publisher*

Nurul Fadzlin Mohd Asri<sup>1</sup>, Sharil Nizam Sha'ri<sup>2</sup>, Nor Azuwan Yaakob<sup>3</sup>  
Zuraini Seruji<sup>4</sup> & Rahmah Abd Ghani<sup>5</sup>

Terima	Wasit	Muat Naik e-Jurnal
5 MEI 2018	6 DISEMBER 2018	22 JULAI 2019

#### ABSTRAK

*Bahan ilmiah dalam bahasa Melayu diterbitkan dan diperlukan oleh golongan pembaca di negara ini sebagai wadah bahasa ilmu, khususnya dalam pendidikan. Oleh yang demikian, pemasaran atau pengedaran yang berkesan merupakan aktiviti atau proses penting yang perlu diteliti dalam industri penerbitan buku ilmiah. Proses ini penting untuk kelangsungan ilmu dan organisasi penerbitan itu sendiri. Justeru kajian ini melihat perkaitan diantara perkembangan buku ilmiah dan kelangsungan bahasa Melayu. Hal ini demikian kerana, strategi pemasaran yang berkesan mendorong perkembangan buku ilmiah bahasa Melayu ini dilakukan secara baik dan efektif. Strategi yang mengutamakan elemen pemasaran 4P iaitu produk, Harga, Promosi, dan tempat merupakan fokus utama dalam kajian ini. Pihak penerbit universiti akan lebih memahami kehendak pengguna dan kaedah yang lebih efisien berdasarkan elemen 4P yang diambil kira dalam proses pengedaran buku. Dapatan kajian yang diperolehi secara tembuwal bersemuka dengan pengawai penerbitan terlibat ini menjelaskan pihak penerbit universiti telah melaksanakan pengedaran buku ilmiah dengan meneliti elemen 4P dengan baik. Hal ini dapat dibuktikan apabila penerbitan buku ilmiah bahasa Melayu meningkat pada saban tahun berikutan penerbitan buku ilmiah yang dikeluarkan oleh penerbit universiti semakin bertambah. Walau bagaimanapun, penerbitannya masih ditahap yang rendah jika dibandingkan dengan bilangan ahli akademik yang sedia ada.*

**Kata Kunci:** buku ilmiah, bahasa Melayu, strategi 4P, penerbit universiti awam

#### ABSTRACT

*Scientific material in the Malay language is published and is needed by the readers in this country as a forum for the language of science, especially in education. As such, effective distribution is an important activity or process that needs to be scrutinized in the scholarly publication industry. This process is important for the sustainability of the knowledge and the publishing organization itself. Hence this study looks at the relevance of the development of scientific books and the continuity of the Malay language. This is because effective marketing strategies have encouraged the development of this Malay language scholarly book to be done well and effectively. A strategy that emphasizes the 4P marketing*

<sup>1</sup>Nurul Fadzlin Mohd Asri, Master Bahasa Melayu, FBMK UPM, [fadzlin1492@yahoo.com](mailto:fadzlin1492@yahoo.com).

<sup>2</sup>Sharil Nizam Sha'ri, Ph.D, FBMK UPM, [sharil@upm.edu.my](mailto:sharil@upm.edu.my).

<sup>3</sup>Nor Azuwan Yaakob, Ph.D, FBMK UPM, [azuwan@upm.edu.my](mailto:azuwan@upm.edu.my).

<sup>4</sup>Zuraini Seruji, Ph.D, UNIMAS, [szuraini@unimas.my](mailto:szuraini@unimas.my).

<sup>5</sup>Rahmah Abd Ghani, Ph.D, IPG Kampus Gaya, Kota Kinabalu, [rahmah\\_abdghani@yahoo.com](mailto:rahmah_abdghani@yahoo.com).

*element of product, Price, Promotion, and place is the main focus of this study. University publishers will better understand the needs of users and more efficient methods based on the 4P elements that are taken into account in the process of distributing books. The findings of the survey were interviewed with the involved publishing officer explaining that university publishers had carried out the distribution of scientific books by examining the 4P elements well. This is evidenced when the publication of the Malay language scholarly book increases every year following the publication of scientific books issued by university publishers increasingly. However, its publication is still low in comparison to the number of existing academics.*

**Keyword:** books, Malay language, 4P strategic, public university publisher

## **Pengenalan**

Tiga buah penerbit universiti awam (UA) di daerah negeri Selangor telah ditubuhkan lebih sedekad yang yang lalu. Beralamat di Universiti Kebangsaan Malaysia (UKM), Bangi. Penerbit UKM merupakan imprint penerbitan ilmiah universiti yang diletakkan dibawah Pejabat Canselori. Penerbit UKM ditadbir oleh Jawatankuasa Penerbitan Universiti yang dipengerusikan oleh Timbalan Naib Canselor, Penyelidikan dan Inovasi. Kini, Penerbit UKM diketuai oleh seorang Pengerusi yang bertanggung jawab kepada Naib Canselor dan juga Pengerusi Sidang Pengarang Universiti. Jawatankuasa penerbitan telah ditubuhkan pada tahun 1970 dan dalam mesyuarat pada bulan Januari 1971 telah ditetapkan bahawa segala penerbitan ilmiah atau akademik dalam bentuk buku, jurnal dan lain-lain yang diusahakan dalam universiti hendaklah disalurkan melalui Sidang Pengarang Universiti. Sejak tahun 1989, Naib Canselor secara rasmi telah melantik anggota Sidang Pengarang dan juga ketua-ketua penyunting jurnal. Penerbit UKM telah menetapkan dasar mengutamakan penerbitan karya asli dalam bahasa Melayu. Di samping itu, karya dalam bahasa Inggeris atau bahasa lain dan terjemahan ke dalam bahasa Melayu diberi pertimbangan. UKM Press menerima karya ilmiah hampir semua cabang ilmu pengetahuan dengan fokus kepada kegunaan karya tersebut khususnya kepada pelajar, sarjana, penyelidik, kakitangan kerajaan, golongan profesional, dan peminat karya ilmiah.

Selain daripada itu, Penerbit Universiti Putra Malaysia (UPM) juga merupakan salah satu penerbit universiti awam (UA) di negeri Selangor yang dikenali sebagai sebuah organisasi penerbitan yang paling aktif menerbitkan karya ilmiah dari tahun ke tahun. Organisasi ini diketuai oleh Puan Kamariah Mohd Saidin selaku Ketua Penerbit. Secara puratanya, sejak enam tahun yang lalu, Penerbit UPM berjaya menerbitkan sebanyak 22 judul buku ilmiah setahun. Entiti ini bernaung dibawah Pejabat Timbalan Naib Canselor Penyelidikan dan Inovasi. Penerbit UPM bertanggungjawab sepenuhnya dalam menjana pendapatan sendiri. Selain mengutamakan kualiti, entiti ini amat menitik beratkan keaslian dan mematuhi konvensyen antarabangsa dalam menjamin bahan ilmiah yang diterbitkan dengan dianggotai oleh lima orang kakitangan di bawah seksyen pemasaran yang beriltizam untuk memenuhi ekspektasi pelanggan.

Seterusnya, beralamat di bangunan Fakulti Pengurusan Hotel dan Pelancongan Universiti Teknologi MARA (UiTM) Shah Alam. Penerbit UiTM ditubuhkan dengan tujuan mengetengahkan idea-idea intelektual dan kreatif untuk kakitangan UiTM menyebarkan bahan akademik dan ilmu pengetahuan kepada seluruh warga universiti dan masyarakat. Organisasi ini juga bertujuan untuk menggalakan dan membantu masyarakat UiTM untuk

aktif dalam pengalihan penulisan akademik dengan memberikan sokongan dan perundingan serta menjual kesemua bahan penerbitannya. Penerbit UiTM terdiri daripada tiga unit iaitu pengurusan, pemasaran dan penerbitan. Kesemua unit menjalankan tanggungjawab sebagai sebuah organisasi penerbitan kearah menjadi sebuah pusat penerbitan yang berdaya saing dan cemerlang dengan meningkatkan dan memperluaskan penerbitan berkualiti tinggi melalui pengurusan.

Lantaran itu, pengedaran yang berkesan merupakan aktiviti atau proses penting yang perlu dilalui dalam industri penerbitan buku termasuk penerbitan ilmiah. Proses ini penting untuk kelangsungan ilmu dan organisasi penerbitan itu sendiri (Hamed Adnan, 2003). Apatah lagi, penerbitan ilmiah atau buku-buku pengajian tinggi dikatakan amat sukar untuk membawa pulangan yang tinggi kepada penulis dan juga penerbit (Shaharom, 2012), walaupun penerbitannya bertujuan untuk penyebaran dan pembinaan khazanah ilmu yang menyumbang kepada pembangunan tamadun manusia. Bertitik tolak daripada kenyataan diatas, penerbitan buku-buku ilmiah bahasa Melayu pasti akan layu dan tiada masa depan kerana perkembangannya telah dibantutkan oleh kita sendiri yang tidak menggalakkan perkembangan buku tersebut.

Bersangkut paut dengan kenyataan tersebut, jelaslah bahawa penerbitan buku ilmiah bahasa Melayu berada di tahap yang rendah. Keadaan ini berpunca daripada kurangnya sambutan oleh golongan sasaran. Rosfa Hashim (2015) menjelaskan tentang kualiti buku ilmiah yang menjadi pilihan golongan sasaran lebih didominasi oleh buku ilmiah dalam bahasa Inggeris atau buku-buku teks yang dijadikan sebagai buku wajib di tempat belajar. Oleh itu, kaedah pengedaran yang dilakukan oleh pihak penerbit harus diteliti bagi melihat hala tuju penerbitan buku ilmiah bahasa Melayu yang telah dikeluarkan. Proses ini amat penting demi mengekalkan kelangsungan perkembangan buku ilmiah dalam bahasa Melayu di negara ini agar terus berkembang seiring dengan hasrat negara yang ingin mengangkat bahasa Melayu ke peringkat yang lebih tinggi dan menyanjung tinggi harapan tokoh linguistik yang mengatakan bahasa Melayu itu merupakan bahasa tua serta mewakili bahasa daripada peradaban awal yang membuatkan bahasa Melayu itu perlu diangkat sebagai bahasa penting dunia (Asmah Hj Omar, 1984).

Teo Kok Seong (2013), telah menyimpulkan bahawa bahasa Melayu telah pun mencapai taraf bahasa moden seperti bahasa Inggeris berasaskan dua ukuran penting dari aspek korpus dan ragam bahasa yang telah mantap dan stabil. Bahasa Melayu yang sudah lengkap dan sempurna memperlihatkan kemantapannya yang mampu dijadikan bahasa ilmu tinggi (Abdul Hamid Mahmud, 2007). Oleh yang demikian, hasrat untuk mengembangkan bahasa Melayu tidak akan tercapai seandainya buku-buku ilmiah bahasa Melayu tidak mendapat sambutan yang menggalakkan.

Jika ditinjau secara teliti, bahasa Melayu berupaya untuk membicarakan bidang akademik secara ilmiah dengan mempamerkan gaya bahasa yang berbentuk ilmiah dalam penyampaian dan pemindahan ilmu mahupun sebagai wahana komunikasi minda kepada masyarakat (Azizah H, 1988). Justeru itu, adalah wajar penerbitan buku ilmiah bahasa Melayu dimartabatkan dalam melaksanakan amanah untuk membawa bahasa Melayu sebagai bahasa ilmu tinggi negara ke tahap global dalam konteks penerbitan ilmiah. Hal ini demikian kerana, melalui bukulah bahasa melayu dapat dikembangkan dengan meluaskan perlu diterbitkan serta diedarkan agar dapat memberi manfaat kepada masyarakat (Hamed Adnan, 1996).

Bagi membolehkan pengedaran dan perkembangan buku ilmiah bahasa Melayu ini dilakukan secara baik dan efektif, pendekatan pengedaran yang mempamerkan elemen pemasaran yang mengandungi 4P merupakan fokus utama dalam perkembangan buku ilmiah ini (Hamed Adnan, 1996). Penerbit universiti penyelidikan akan dapat memahami kehendak pengguna dan kaedah yang lebih efisien berdasarkan elemen 4P yang diambil kira dalam proses pengedaran buku. Langkah ini menjadi pendekatan yang baik secara tidak langsung akan meningkatkan kesetiaan pengguna dan sekaligus meningkatkan jumlah pembaca.

### Sorotan Kajian

Kajian tentang penerbitan ilmiah bahasa Melayu dilakukan oleh Noraien Mansor dan Noor Rohana Mansor yang menyatakan bahawa bahasa Melayu merupakan bahasa ilmu tinggi negara masih melalui proses untuk mencapai tahap ketertinggian kedudukannya selaras dengan status yang termaktub sebagai bahasa kebangsaan. Dalam pada itu, isu keupayaan bahasa Melayu sebagai bahasa ilmu tinggi dalam kalangan ilmuwan dipertikaikan. Hal ini tercetus kerana, golongan ilmuan dianggap sebagai golongan yang bertanggungjawab dalam melaksanakan amanah mengangkat bahasa Melayu sebagai bahasa ilmu tinggi negara dalam konteks penerbitan ilmiah. Kajian ini dilaksanakan dengan mengambil sampel daripada 13 kluster yang bernaung di bawah Majlis Profesor Negara (MPN) pada tahun 2014. Penilaian dibuat berdasarkan penekanan terhadap semua penerbitan ilmiah termasuk buku. Berdasarkan kajian yang dibuat, dapatan kajian ini jelas menunjukkan bahawa penerbitan ilmiah kluster diungguli oleh penerbitan bahasa Inggeris dan bahasa Melayu tidak menjadi pilihan golongan ilmuwan dalam melaksanakan penerbitan mereka. Situasi ini masih jelas memaparkan IPTA di Malaysia tidak memberi sumbangan yang memberangsangkan atau mengambil peranan untuk memartabatkan bahasa Melayu dalam bidang penerbitan walaupun sudah dalam makluman mereka bahawa bidang ini merupakan agen terpenting yang boleh mengangkat bahasa ibunda kita ke peringkat global. Dalam pada itu, Abdul Hamid Mahmud (2007), menjelaskan sejarah ada membuktikan bahawa bahasa Melayu telah berperanan sebagai media penyebaran persuratan ilmu falsafah yang tinggi di alam Melayu Nusantara. Penerbitan dalam bahasa Melayu dalam kalangan ilmuwan pada ketika itu hebat diperkatakan dengan kemunculan penerbitan berkaitan ilmu falak. Hasil penerbitan ini telah membuktikan ketinggian bahasa Melayu sebagai bahasa ilmu yang mempunyai laras bahasa saintifik dalam pelbagai bidang untuk menjelaskan berkaitan ilmu falak dan astronomi disamping bidang keagamaan, ketatanegaraan dan kesusasteraan. Tradisi ilmu yang memartabatkan bahasa Melayu telah berkembang sejak sekian lama dalam dunia penerbitan ilmiah (Zaini Ujang, 2009). Sementara itu, Roosfa Hashim (2011), menegaskan, kewibawaan dan perkembangan kesarjanaan akademik pengajian Melayu dapat dikesan melalui empat aspek iaitu pertumbuhan pelbagai institusi yang berkaitan pengajian Melayu, wacana dalam pelbagai persidangan dan simposium peringkat kebangsaan dan antarabangsa, penyelidikan dan penerbitan

Lanjutan daripada itu, kajian dilakukan oleh Zulkifli Abd. Latiff (2015) memperkatakan tentang dasar dan cabaran penerbitan ilmiah yang dilihat daripada perspektif pengamal penerbitan. Dalam kajian ini, dapatan kajian telah menjelaskan bahawa dasar dan cabaran dalam penerbitan buku ilmiah perlu diberi perhatian yang teliti oleh pihak penerbit. Dasar merupakan sebuah panduan yang mendorong tenaga kerja pihak sesebuah penerbit berdiri dengan kukuhnya. Walau bagaimanapun, kajian ini telah menjelaskan bahawa cabaran yang dihadapi oleh penerbit universiti juga memaparkan beberapa komen membina oleh pengamal penerbitan yang merupakan kakitangan yang bertanggungjawab dengan tugas yang

diamanahkan kepada mereka. Setiap cabaran yang diungkapkan oleh pengalaman pengamal penerbitan diberi indikator penting yang harus dipertimbangkan demikecemerlangan institusi penerbit di negara ini. Bersangkutan dengan itu juga, cabaran yang dinyatakan oleh pengamal penerbitan bermula daripada keseluruhan proses kerja-kerja kewujudan manuskrip sehinggalah kepada peringkat pemasaran dan pengedaran buku ilmiah tersebut. Hariza Mohd Yusof & Shaharudin Ismail (2015), menyatakan proses penerbitan adalah salah satu cabaran dalam dunia penerbitan. Kelewatan sering terjadi apabila di peringkat penilaian iaitu apabila manuskrip dipulangkan kepada penulis untuk proses pembetulan. Tempoh yang diberikan untuk melakukan adalah selama sebulan. Walau bagaimanapun, penulis tidak berjaya melaksanakan proses tersebut dalam tempoh yang telah ditetapkan. Kesannya, buku ilmiah yang dijangka akan diterbitkan dalam tahun yang telah ditetapkan tersasar. Oleh yang demikian, masalah ini dilihat sebagai salah satu cabaran dan penyebab yang merencatkan perkembangan buku ilmiah (Hasri H, 2005). Naik turun peningkatan penerbitan buku banyak bergantung kepada perolehan manuskrip dan kecekapan penulis dan pihak penerbit dalam bekerjasama untuk mencapai objektif yang ditetapkan (Hariza Mohd Yusof & Shaharudin Ismail, 2015).

Seterusnya, kajian tentang penerbitan ilmiah dilakukan oleh Rosiah Hamzah, Shamala Devi dan Selvarajah Manikam (2009) yang merupakan perbincangan untuk penambahbaikan terhadap penerbitan ilmiah MARDI bagi menepati kehendak pengguna dan untuk berdaya saing dengan penerbitan ilmiah yang lain. Dapatan yang diperolehi berasaskan bauran campuran pemasaran 4P. Pendekatan yang dipilih ini bertujuan untuk meninjau strategi pengedaran penerbitan ilmiah penerbit MARDI. Secara ringkasnya, dapatan kajian ini menunjukkan bahawa penerbitan ilmiah dilakukan mengikut strategi pengedaran yang betul tetapi sambutan yang diberikan oleh golongan sasaran masih tidak mencapai tahap yang dikehendaki. Dalam kajian yang dilakukan juga menjelaskan, pemasaran buku ilmiah di Malaysia mempunyai persaingan yang tinggi dan cabaran yang besar. Oleh yang demikian kesinambungan dan perkembangannya harus dipertahankan agar ilmu dapat disebar luaskan. Penerbitan ilmiah juga menjadi salah satu pengukur prestasi institusi yang berkenaan. Azizah (1998), menyatakan bahawa buku akademik merupakan hasil penulisan oleh tenaga akademik yang professional. Lantaran itu, dunia penerbitan ilmiah dihambat oleh masalah budaya tidak gemar membeli buku ilmiah dalam kalangan mahasiswa dan amalan fotokopi dilihat sebagai cabaran terbesar dalam konteks kajian ini. Hamed Adnan (1999), menyatakan amalan fotokopi telah menyebabkan industri pembukuan ilmiah mengalami kerugian yang besar dalam anggaran RM7.5 juta setahun kerana amalan ini telah berleluasa dan dilakukan secara terang-terangan. Amalan ini sebenarnya ternyata dilakukan lebih meluas kerana kajian yang dilakukan oleh Hamed (1997), terbatas di dalam universiti sahaja. Hamed Adnan (1999), menjelaskan kajian ini turut berleluasa diluar kampus. Dalam pada itu, Shaari Abdullah (2006), menyatakan amalan fotokopi merupakan salah satu penyebab penerbitan buku ilmiah mengalami kebuntuan.

Seterusnya, kajian tentang penerbitan ilmiah di Kolej Universiti Islam Malaysia (KUIM) telah dilakukan oleh Hariza Mohd Yusof dan Shaharudin Ismail (2015) menunjukkan terdapat beberapa cabaran, yang harus ditangani dalam hasrat menjadikan buku ilmiah sebagai keperluan yang harus dikekalkan. Dapatan kajian menunjukkan antara cabaran yang dihadapi oleh pihak penerbit ialah kekurangan manuskrip. Kekurangan manuskrip yang dihantar oleh kakitangan akademik telah menghadkan penerbitan buku ilmiah dalam institusi tersebut. beberapa perkara telah dikenal pasti antara penyebab perkara seumpama berlaku adalah sambutan yang tidak menggalakan daripada golongan sasaran. Roosfa Hashim (2010), dalam kajiannya menegaskan penerbitan ilmiah masih ditahap yang rendah setelah

tiga dekad. Lanjutan daripada kajian yang dilakukan oleh Hariza Mohd Yusof dan Shaharudin Ismail (2014) menyatakan bahawa kekurangan informasi dalam penghasilan manuskrip juga antara faktor yang membantutkan perkembangan ilmiah di Institusi itu. Berdasarkan situasi ini, jelaslah bahawa mentaliti penulis yang menghasilkan bahan ilmiah lebih tertumpu untuk menghasilkan buku itu semata-mata dan tidak menitik beratkan soal kebolehpasaran produk. Jika penulis melihat industri penerbitan sebagai sebuah platform untuk menyebarkan luaskan ilmu, para penulis digalakkan untuk menghasilkan manuskrip dalam bahasa Melayu. Hal ini bertujuan untuk memastikan ilmu yang ingin disampaikan itu tidak hanya tertumpu kepada golongan sasaran yang berada didalam bidang itu sahaja, malah dapat disajikan kepada pembaca lain yang berada diluar bidang tersebut. Jika diteliti dengan lebih mendalam, bahasa Melayu merupakan bahasa yang dapat menterjemahkan pelbagai bidang dengan kewujudan istilah-istilah baru yang telah wujud dan menjelaskan sesuatu ilmu dalam bahasa yang lebih mudah difahami oleh semua golongan yang berlatar belakang bidang akademik yang berbeza. Teo Kok Seong (2013), telah menyimpulkan bahawa bahasa Melayu telah pun mencapai taraf bahasa moden dan dapat menterjemahkan ilmu didalam bahasa Inggeris.

#### Objektif Kajian

- i) Mengkaji statistik buku ilmiah bahasa Melayu yang diterbitkan oleh Penerbit UKM, UPM, dan UiTM menerusi katalog penerbit dari tahun 2013-2017.
- ii) Menganalisis strategi penerbitan buku ilmiah bahasa Melayu yang diterbitkan oleh penerbit universiti yang dipilih dengan menggunakan strategi pemasaran 4P.

#### Metodologi

Kajian ini dilakukan dengan mengenal pasti buku ilmiah bahasa Melayu yang diterbitkan oleh penerbit universiti awam di negeri Selangor (UKM, UPM, UiTM Shah Alam) dalam tempoh lima tahun iaitu bermula daripada tahun 2013 hingga 2017. Kaedah perolehan data kajian ini adalah melalui analisis kandungan katalog penerbit universiti yang dipilih. Isi kandungan katalog penerbit tersebut diperhalusi untuk mendapatkan jumlah terbitan bahasa Melayu dalam tempoh lima tahun tersebut.

Kajian ini berbentuk kualitatif menggunakan katalog penerbit dan menjalankan analisis kandungan serta membuat temubual bersemuka dengan editor buku bahasa Melayu di penerbit yang terpilih.. Kaedah ini bersesuaian dengan objektif kajian untuk mengkaji penerbitan buku ilmiah bahasa Melayu dalam tempoh lima tahun terhadap penerbit UKM, UPM, dan UiTM Shah Alam, serta memberi tumpuan terhadap strategi pemasaran yang dilakukan pihak penerbit bagi kelangsungan buku ilmiah bahasa Melayu. Data kajian ini diperoleh melalui temu bual mendalam bersama pegawai pemasaran penerbit universiti dan tinjauan terus kepada organisasi penerbitan tersebut bagi melihat situasi pengedaran buku ilmiah berlangsung.

Temu bual mendalam dilakukan terhadap 3 orang pegawai pemasaran yang mempunyai pengalaman lebih 10 tahun dalam bidang pemasaran daripada setiap penerbit universiti yang dipilih. Kaedah temu bual mendalam ini merupakan kaedah temu bual tidak berstruktur dan dilaksanakan secara bersemuka oleh pengkaji dan disusuli dengan soalan temu bual melalui email yang mengandungi 3 soalan. Pengkaji juga melakukan tinjauan langsung kepada penerbit universiti untuk memerhati gelagat pengurusan jualan buku-buku

ilmiah, aktiviti promosi yang dijalankan dan kesannya terhadap pihak penerbit. Data temu bual yang dijalankan dan tinjauan yang dibuat telah dianalisis menggunakan pendekatan 4P oleh McCharthy.

## Dapatan dan Perbincangan

Pada umumnya, penerbit universiti mempunyai proses penerbitan dan pemasaran yang sama. Oleh yang demikian, strategi pengedaran buku ilmiah dianalisis berasaskan pendekatan pemasaran 4P. Analisis yang dijalankan adalah seperti berikut;

### 1. Produk (*Product*)

Pada umumnya buku ilmiah bahasa Melayu merupakan produk penerbit UKM, UPM dan UiTM Shah Alam. Berdasarkan analisis katalog Penerbit UPM pada tahun 2013 hingga 2017 telah menunjukkan sebanyak 42 judul buku ilmiah yang ditulis dalam bahasa Melayu yang merangkumi pelbagai bidang termasuk buku yang dicetak semula telah diterbitkan dalam tempoh lima tahun tersebut. Manakala, penerbit universiti awam ini telah memberi penekanan terhadap kualiti kandungan, persembahan, dan kesahihan maklumat yang terdapat dalam buku ilmiah yang diterbitkan. Maklumat yang digunakan dalam buku ilmiah yang diterbitkan oleh ketiga-tiga Penerbit Universiti ini bersifat terkini dan diperakui tentang kesahihan maklumatnya. Isi kandungan yang terdapat di dalam buku ilmiah yang diterbitkan biasanya hasil daripada penyelidikan saintifik yang dijalankan oleh golongan akademik universiti yang terdiri daripada pakar dalam pelbagai bidang akademik yang terdapat di Universiti Awam (UA) tersebut, misalnya bidang Pertanian (UPM), Undang-Undang (UiTM) dan Linguistik (UKM). Namun begitu, isi kandungan buku yang diterbitkan akan melalui proses semakan dan pengesahan oleh ahli jawatankuasa penerbitan tersebut. Dalam pada itu, ketiga-tiga universiti telah menerbitkan pelbagai buku ilmiah yang berlatar belakangkan pelbagai bidang ilmu pengetahuan mengikut universiti masing-masing. Penerbitan buku ilmiah yang dilakukan oleh penerbit UKM, UPM dan UiTM ini dikenali sebagai penerbitan berjudul kerana setiap buku ilmiah tersebut mempunyai judul tersendiri hasil penulisan daripada kakitangan akademik universiti tersebut. Selain daripada itu, kajian ini mendapati bahawa penerbit UKM, UPM dan UiTM melakukan penerbitan dan cetakan semula berdasarkan kehendak dan permintaan semasa. Umum mengetahui bahawa, dalam era pemasaran yang mempunyai banyak persaingan, keupayaan setiap penerbit mengemukakan produk yang lebih kompetitif sangat penting sebagai satu strategi dalam pengedaran buku, khususnya buku ilmiah. Oleh yang demikian, berbekalkan teknologi serta kepakaran editorial yang dimiliki, ketiga-tiga pihak penerbit universiti ini mampu menghasilkan penerbitan yang berkualiti dan berdaya saing. Ketiga-tiga penerbit ini didapati telah menitik beratkan tentang kualiti dari segi kandungan, teknik persembahan, dan reka bentuk dalam penghasilan buku ilmiah mereka. Hal ini demikian kerana, setiap buku ilmiah yang diterbitkan mempunyai golongan sasaran yang tersendiri. Oleh itu, produk tersebut perlu menepati keperluan, kemahuan, dan harapan pembaca.

### 2. Harga (*Price*)

Persepsi umum mengatakan harga melambangkan kualiti produk yang dikeluarkan. Walau bagaimanapun, dalam realiti penerbitan buku ilmiah fakta tersebut tidak semestinya benar untuk dijadikan asas meletakkan harga yang strategik. Buku ilmiah lazimnya adalah sedikit mahal jika dibandingkan dengan buku-buku umum. Namun begitu, sebagai penerbit universiti, pihak penerbit menjadikan matlamat untuk menyebar luaskan ilmu pengetahuan kepada umum adalah objektif utama mereka jika dibandingkan dengan keuntungan.

Sungguhpun begitu, sebagai sebuah organisasi penerbitan, penerbit itu sendiri berdiri sebagai sebuah organisasi perniagaan dan unsur keuntungan tidak harus ditolak demi kelangsungan organisasi itu sendiri. Oleh itu, dalam strategi pengedaran buku ilmiah kepada umum, harga diletakkan secara kompetitif dan mampu dibeli oleh golongan sasaran. Berdasarkan kajian yang dilakukan, harga sesebuah buku ilmiah yang diterbitkan oleh penerbit UKM, UPM, dan UiTM adalah dianggap murah jika dibandingkan dengan nilai ilmu yang dikongsi oleh pakar dalam setiap bidang akademik dan kualiti bahan yang digunakan dalam menerbitkan sesebuah buku itu. Selain itu, dalam strategi peletakkan harga kepada pembaca, ketiga-tiga penerbit universiti awam ini turut melakukan potongan harga atau diskaun. Contohnya, Penerbit UKM telah melakukan potongan harga sebanyak 40-70% untuk semua judul pada tahun 2017 (Saadah Jaafar, 2019), manakala penerbit UPM pula, menyediakan potongan 20% terhadap jualan buku ilmiah mereka dalam Karnival 10 Tahun Universiti Malaysia Kelantan yang berlangsung pada tarikh 15 Mei hingga 18 Mei 2017 (Herzadawati Mohd Amjah, 2019). Manakala, UiTM Press juga tidak ketinggalan dalam meletakkan potongan harga sebanyak 50-80% dalam judul tertentu yang diiklankan dalam laman web penerbit UiTM dari semasa ke semasa. Potongan harga yang dilakukan oleh setiap penerbit ini menunjukkan hubung kait dalam strategi jangka panjang untuk menggalakkan golongan mahasiswa dan orang ramai membaca serta meningkatkan daya membeli dalam kalangan golongan sasaran. Selain daripada itu juga, terdapat pelbagai potongan harga yang diberikan oleh ketiga-tiga penerbit universiti ini dalam setiap aktiviti atau acara-acara tertentu yang diadakan. Contohnya, jualan buku yang dianjurkan oleh MAPPIM telah mempromosikan jualan buku ilmiah oleh pelbagai penerbit universiti di Malaysia dengan harga yang murah. Kaedahnya meletakkan potongan harga ini secara tidak langsung telah meningkatkan prestasi jualan buku ilmiah bahasa Melayu khususnya bagi terbitan buku yang dilakukan secara berkala dan mempunyai nilai pengetahuan yang tinggi.

### 3. Tempat (*Place*)

Tempat atau saluran pengedaran ialah penghubung antara buku ilmiah yang diterbitkan dengan pembeli. Dalam konteks ini, ia menentukan cara atau bagaimana pengguna boleh memperoleh buku yang dikehendaki dalam kadar yang segera, mudah, dan pengeluaran kos yang rendah. Strategi penempatan memberi penekanan terhadap aspek saluran pengedaran produk yang berfungsi menyampaikan produk kepada golongan sasaran. Menawarkan produk yang betul, di tempat yang betul merupakan tujuan strategi ini. Dalam pada itu, strategi pengedaran ketiga-tiga penerbit universiti ini dilakukan dengan dua kaedah iaitu di organisasi penerbit itu sendiri dan juga boleh melakukan pembelian secara dalam talian mengikut laman web pihak penerbit universiti itu. Pada tahun 2017, Penerbit UKM telah melaksanakan kaedah jualan buku sepenuhnya menerusi pembelian online atau dalam talian. Tiada lagi pembelian buku yang boleh dilakukan secara langsung (*walk in*) dan semua urusan beli boleh dilakukan melalui laman web dengan mendaftar akaun sebagai pelanggan dan bebas memilih judul yang ingin dibeli. Pembelian secara langsung hanya dibolehkan sewaktu aktiviti karvinal berlangsung sahaja. Manakala, Penerbit UPM dan Penerbit UiTM masih mengamalkan kaedah jualan secara konvensional terhadap jualan buku mereka. Oleh itu, pembeli masih boleh melakukan pembelian buku dengan hadir ke penerbit tersebut. Walau bagaimanapun, kaedah pembelian atas talian dilihat lebih produktif dan efisien. Hal ini demikian kerana, sistem pembelian secara atas talian yang dilakukan oleh Penerbit UPM membolehkan pembeli membuat pilihan judul buku mereka mengikut bidang dan terdapat buku yang telah diterbitkan beberapa tahun sebelumnya masih boleh dibeli. Keadaan ini dilihat amat memudahkan pembeli dalam membuat pilihan kerana semuanya bersifat digital. Begitu juga dengan Penerbit UiTM yang tidak ketinggalan dalam melakukan perkara yang sama kepada golongan sasaran mereka. Selain daripada itu, kesemua penerbit universiti ini

juga menggunakan kaedah agen pengedar untuk memasarkan buku di sekitar Lembah Klang dan di seluruh negeri. Agen ini dilantik dalam kalangan pengedar buku yang mempunyai pengalaman dan reputasi dalam penjualan buku ilmiah.

#### 4. Promosi (*Promotion*)

Dalam konteks pemasaran, promosi merupakan usaha atau kaedah yang digunakan untuk tujuan memaklumkan dan memperkenalkan produk kepada umum khususnya golongan sasaran untuk membeli produk tersebut. Di sebalik itu, ada anggapan yang menyatakan bahawa produk yang berkualiti akan terjual dengan sendirinya. Dari sudut jualan buku ilmiah yang dijalankan oleh pihak penerbit universiti ini penerbit perlu melakukan promosi untuk memperkenalkan buku ilmiah yang ingin dijual. Penerbit UKM, UPM dan UiTM telah mengikuti arus strategi pemasaran moden seiring peredaran zaman iaitu melalui katalog yang diterbitkan pada setiap tahun yang merangkumi judul buku yang diterbitkan dan akan diterbitkan pada tahun berikutnya. Katalog tersebut telah diedar kepada bakal pelanggan berpotensi, jabatan, agensi kerajaan, swasta dan juga sektor yang berkaitan dengan akademik. Bagi buku yang diterbitkan, brosur telah disediakan dan diedarkan kepada pengunjung yang menyertai acara pameran atau di penerbit. Kaedah penyediaan alamat perseorangan dan institusi juga disediakan oleh ketiga-tiga penerbit universiti ini. Dengan itu, jika ada pihak yang berminat dengan buku yang diterbitkan oleh pihak universiti ini, maka sebagai kaedah promosi *flyers*, brosur, dan katalog dihantar kepada alamat berikut. Berdasarkan analisis yang dilakukan, dapatan kajian ini membuktikan bahawa penerbit UKM, UPM, dan UiTM menjalankan strategi pengedaran dengan berkesan. Walau bagaimanapun, kadar pengeluaran buku ilmiah bahasa Melayu masih di tahap yang tidak memuaskan kerana sambutan daripada pembaca yang kurang. Oleh itu, pihak penerbit universiti terpaksa mengehendkan penerbitan buku ilmiah bahasa Melayu kerana mengoptimumkan penggunaan sumber seiring dengan keuntungan yang diterima.

### **Kesimpulan**

Dalam kajian ini didapati penerbit UKM, UPM, dan UiTM Shah Alam mengamalkan sepenuhnya strategi pengedaran buku dengan menggunakan pendekatan pemasaran 4P. Strategi pemasaran produk, tempat, harga, dan promosi. Keempat-empat elemen pemasaran ini merupakan kekuatan ketiga-tiga penerbit tersebut. Bertitik tolak daripada kenyataan tersebut, pengkaji mencadangkan agar terdapat perubahan yang radikal dalam kalangan penerbit universiti. Dengan mencontohi operasi dan strategi penerbit ilmiah antarabangsa seperti Oxford University Press dan Chicago University Press yang memiliki ciri-ciri penerbitan ilmiah yang konvensional tetapi organisasinya berdaya maju, mempunyai kakitangan editorial dan pemasaran yang profesional dan terlatih serta memiliki pusingan aliran keuntungan yang kukuh. Dalam konteks ini, penerbit UM, UPM, dan UPM perlu mengukuhkan operasi pemasaran dari segi kakitangan yang terlatih dan strategi pengedarannya. Penerbitan buku ilmiah bahasa Melayu sinonimnya bukan berorientasikan keuntungan dan penerbit universiti beroperasi melalui subsidi. Dalam hal ini, penerbit universiti menjalankan aktiviti penerbitan berdasarkan dana pusingan. Oleh yang demikian, penerbit universiti haruslah membuat pembaharuan dan mengkaji amalan pemasarannya agar mampu bersaing dalam industri ini. Pihak penerbit harus menganalisis persekitaran seperti permintaan, persaingan, dan menyesuaikan dengan keupayaan yang ada. Setelah produk diterima dalam pasaran, penerbit perlu mengadakan pelbagai insentif dan kajian untuk mengekalkan produk tersebut diterima pembaca. Dalam pada itu, penerbit haruslah peka

dengan membuat kajian terhadap judul-judul baharu yang diperlukan pengguna dan yang boleh diterbitkan mengikut keperluan pembaca dan keadaan semasa.

## Rujukan

- Abdul Hamid Mahmod. (2007). *Bahasa Melayu Sebagai Bahasa Ilmu*. Tanjung Malim: Penerbit Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- Azizah, H. (1988). Scholarly and Academic publishing in Malaysia. *Latihan Ilmiah Sarjana*, University Sterling.
- Asmah Haji Omar (1984). *Perancangan Bahasa dengan Rujukan Khusus kepada Perancangan Bahasa Melayu*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Md. Sidin , A.I. (2000). The State of book publishing In Malaysia. *Jurnal Pengajian Media* 3 (1) : 13- 20.
- Hariza Mohd Yusof & Shaharudin Ismail (2015), Cabaran Merealisasikan Penerbitan Ilmiah di Kolej Universiti Islam Malaysia. *Jurnal Melayu*, 13, (11), 10-19.
- Hasri, H. (2005). Penerbitan buku ilmiah lembap. *Utusan Malaysia*, 18 April 2005.
- Hamed Mohd Adnan. (1999). Fotokopi Buku di IPT : Kesan kepada Penerbit Tempatan. *Kertas Kerja yang dibenteng dalam Seminar penyelidikan Sains Sosial*, 28-29 September 1999 Kuala Lumpur.
- Hamed Mohd Adnan. (1996). *Penerbit dan Pemasaran Buku di Malaysia*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.
- Hamed Adnan. (2003). *Penerbitan Majalah di Malaysia: Isu-isu dan Cabaran*, Shah Alam Karisma Publication Sdn. Bhd.
- Noraein Mansor & Noor Rohana Mansor. (2015). Penerbitan Ilmiah Bahasa Melayu dalam Kalangan Ilmuan Negara. *Jurnal Pembangunan Sosial dan Perniagaan*, 3, (1) 25-32.
- Roosfa Hashim. (2015). *Penerbitan Jurnal Ilmiah: Isu Kualiti, Media dan Pengantarabangsaan*. Sintok : Penerbit Universiti Utara Malaysia.
- Roosfa Hashim. (2010). *Sebuah Wacana Perbukuan dan Penerbitan*. Kuala Lumpur: Pustaka Yamien Sdn. Bhd.
- Roosfa Hashim. (2011). *Pembangunan Jurnal Ilmiah Malaysia 1847-2007*. Kuala Lumpur: UM Press.
- Rosiah Hamzah, Shamala Devi & Selvarajah Manikam. (2009). Strategi Pemasaran Penerbitan Ilmiah: Kajian Kes MARDI. *Jurnal Teknologi Pengurusan dan Ekonomi*, 4 (1) 117-124.

- Sharul Nazmi Sanusi & Hamed Adnan (2014), Kelangsungan Penerbitan Majalah Berbahasa Melayu di Malaysia-Indonesia: Kajian Terhadap Massa dan Tempoh. *Jurnal Melayu*, 13, (11), 1-9.
- Shaari Abdullah (2006). *Manfaat Indeks untuk Pembaca*. Dimuat turun pada 1 Julai, 2018, dari <http://ww1.utusan.com.my>.
- Sharom. (2012). Pengurusan Laman Web oleh Penerbit Universiti di Malaysia Sebagai Strategi dalam Penerbitan Ilmiah, *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, 14, (1), 93-105.
- Teo Kok Seng (2013). *Keracunan dalam Bahasa Melayu*. Dimuat turun pada 5 Jun, 2017, dari <http://jurnalbshasa.dbp.my>.
- Zulkifli Latiff. (2015). *Dasar dan Amalan Penerbitan Buku Ilmiah di Malaysia*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Zaini Ujang. (2009), *Menghayati Budaya Ilmu: Faham Ilmu, Amalan dan Panduan Edisi ke-2*. Skudai: Penerbit Universiti Teknologi Malaysia.
- Farabiyah Samsudin (5 Mei, 2018), Faktor 4P Mempengaruhi Pemasaran Buku Ilmiah Berbahasa Melayu. UiTM, Shah Alam. *[Interview]*.
- Herzadawati Mohd Amjah (10 Mei, 2018 dan 29 Januari, 2019), Strategi Pemasaran Buku Ilmiah dan Hubungan 4P, UPM, Serdang. *[Interview]*.
- Saadah Jaafar (5 Mei, 2018), Faktor 4P Mempengaruhi Pemasaran Buku Ilmiah Berbahasa Melayu. UKM, Bangi. *[Interview]*.