



UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA

**STRATEGI PEMASARAN BUKU ILMIAH BERBAHASA MELAYU DI
MALAYSIA**

NURUL FADZLIN BT MOHD ASRI

FBMK 2018 84



STRATEGI PEMASARAN BUKU ILMIAH BERBAHASA MELAYU DI MALAYSIA

Oleh

NURUL FADZLIN BT MOHD ASRI

**Tesis ini dikemukakan kepada Sekolah Pengajian Siswazah, Universiti Putra
Malaysia, sebagai memenuhi keperluan untuk Ijazah Master Sastera**

November 2018

HAK CIPTA

Semua bahan yang terkandung dalam tesis ini, termasuk teks tanpa had, logo, iklan, gambar dan semua karya seni lain, adalah bahan hak cipta Universiti Putra Malaysia kecuali dinyatakan sebaliknya, Penggunaan mana-mana bahan yang terkandung dalam tesis ini dibenarkan untuk tujuan bukan komersil daripada pemegang hak cipta. Penggunaan komersil bahan hanya boleh dibuat dengan kebenaran bertulis terdahulu yang nyata daripada Universiti Putra Malaysia,

Hak cipta © Universiti Putra Malaysia



Abstrak tesis yang dikemukakan untuk Senat Universiti Putra Malaysia sebagai memenuhi keperluan Ijazah Master Sastera

STRATEGI PEMASARAN BUKU ILMIAH BERBAHASA MELAYU DI MALAYSIA

Oleh

NURUL FADZLIN BT MOHD ASRI

November 2018

Pengerusi : Sharil Nizam Sha'ri, PhD
Fakulti : Bahasa Moden dan Komunikasi

Buku ilmiah berbahasa Melayu mempunyai peranan penting sebagai medium penyampaian ilmu melalui penggunaan bahasa tulisan yang dapat dibaca oleh masyarakat. Namun penerbitan buku ilmiah berbahasa Melayu kurang diberi perhatian dan sukar menjadi pilihan sebagai bahan rujukan oleh golongan sasaran berikutan standard bahasa yang digunakan adalah tinggi dan sukar untuk difahami oleh pembaca, keadaan ini telah menjejaskan landskap penerbitan buku ilmiah berbahasa Melayu negara. Namun begitu, masih ada buku ilmiah berbahasa Melayu yang mendapat pengiktirafan buku di peringkat tempatan dan antarabangsa. Hal ini jelas membuktikan bahawa kualiti buku dalam proses penerbitan menjadi strategi melariskan buku tersebut. Justeru, kajian ini bertujuan untuk mengenal pasti buku ilmiah berbahasa Melayu yang diterbitkan oleh Penerbit Universiti Putra Malaysia (UPM) dan menganalisis strategi pemasaran buku ilmiah berbahasa Melayu tersebut dengan menggunakan prinsip pemasaran 4P oleh Kotler & Armstrong (1996). Dapatan kajian ini membuktikan bahawa, Penerbit UPM telah mengguna pakai prinsip 4P sebagai strategi pemasaran buku ilmiah mereka apabila buku ilmiah terbitan UPM terbukti mempunyai pasaran tersendiri dalam industri perbukuan negara.

Abstract of thesis presented to the Senate of Universiti Putra Malaysia in fulfillment of the requirements of the degree of Master of Arts

MARKETING STRATEGY OF MALAY-LANGUAGE SCIENTIFIC BOOKS IN MALAYSIA

By

NURUL FADZLIN BT MOHD ASRI

November 2018

Chairman : Sharil Nizam Sha'ri, PhD
Faculty : Modern Languages and Communication

Malay-language scientific books have an important role as a medium of knowledge delivery through the use of written language that can be read by the community. However, the publication of Malay-language scientific books is not given much attention and is difficult to become an option as a reference material by the target group due to the language standard used is high and difficult to understand by readers, this has affected the landscape of the publication of Malay-language scientific books. However, there is still a Malay-language scientific book that has been recognized locally and internationally. This clearly demonstrates that the quality of the book in the publishing process has been a strategy of lining up the book. Therefore, the study aims to identify Malay-language scientific books published by Penerbit Universiti Putra Malaysia (UPM) and analyze the marketing strategies of the Malay-language textbook using the 4P marketing principles by Kotler & Armstrong (1996). The findings show that UPM Publishers adopted the 4P principle as their scientific book marketing strategy when UPM's published scientific book has its own market in the bookkeeping industry.

PENGHARGAAN

Syukur ke hadrat Allah S.W.T, kerana di atas limpah dan kurniaNya, dapat saya menyiapkan tesis ini dengan jayanya sungguhpun menempuhi pelbagai dugaan dan rintangan. Alhamdulillah. Di kesempatan ini, saya ingin mengucapkan jutaan terima kasih yang tidak terhingga kepada Dr. Sharil Nizam Sha'ri dan Dr. Azuwan Yaakob selaku penyelia. Segala curahan ilmu, sokongan, dan bimbingan yang diberikan penyumbang kepada penghasilan penulisan tesis ini Segala bantuan, semangat, strategi dan kebijaksanaan beliau telah banyak mengajar saya untuk menjadi seorang penyelidik yang baik.

Terima kasih kepada pihak Kementerian Pengajian Tinggi (secara amnya) dan Universiti Putra Malaysia (secara khususnya) kerana telah menganugerahkan biasiswa *Graduated Research Fellowship* (GRF) bagi melanjutkan pengajian ini hingga akhir. Tidak dilupakan kepada barisan pegawai pemasaran Penerbit Universiti Putra Malaysia yang memberi sokongan penuh dalam kerja lapangan dan memudahkan proses mendapatkan data di organisasi mereka.

Ribuan terima kasih kepada kedua ibu bapa yang saya hormati, Mohd Asri bin Abdul Mubin dan Rodziah bt Mohd Yune di atas titipan doa yang tidak pernah putus sepanjang diri ini berada didalam dunia akademik, keberkatan dan keredhaan kalian merestui perjalanan ini. Sesungguhnya segala pengorbanan yang telah dilakukan amat disanjung dan diingati sepanjang hayat ini.

Akhir kata, sekalung terima kasih juga kepada semua yang terlibat secara langsung dan tidak langsung dalam memberikan sumbangan cadangan dan bantuan dalam menyiapkan tesis ini. Semoga penyelidikan dan tesis ini dapat dijadikan wadah ilmu yang berguna untuk tatapan generasi akan datang. Diharapkan agar segala usaha dalam menghasilkan kajian ini dapat memberikan sumbangan kepada dunia penerbitan buku dan bidang linguistik. Moga keberkatan Ilahi turut diperoleh dan kajian ini dapat memberi manfaat kepada masyarakat.

Saya mengesahkan bahawa satu Jawatankuasa Peperiksaan Tesis telah berjumpa pada 23 November 2018 untuk menjalankan peperiksaan akhir bagi Nurul Fadzlin bt Mohd Asri bagi menilai tesis beliau yang bertajuk “Strategi Pemasaran Buku Ilmiah Bahasa Melayu di Malaysia” mengikut Akta Universiti dan Kolej Universiti 1971 dan Perlembagaan Universiti Putra Malaysia [P.U.(A) 106] 15 Mac 1998. Jawatankuasa tersebut telah memperakukan bahawa calon ini layak dianugerahi ijazah Master Sastera.

Ahli Jawatankuasa Peperiksaan Tesis adalah seperti berikut:

Adi Yasran bin Abdul Aziz, PhD

Profesor Madya
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Pengerusi)

Jamayah bt Zakaria, PhD

Pensyarah Kanan
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Pemeriksa Dalam)

Mus Chairil Samani, PhD

Profesor Madya
Universiti Malaysia Sarawak
Malaysia
(Pemeriksa Luar)



RUSLI HAJI ABDULLAH, PhD

Profesor dan Timbalan Dekan
Sekolah Pengajian Siswazah
Universiti Putra Malaysia

Tarikh: 23 Mei 2019

Tesis ini telah dikemukakan kepada Senat Universiti Putra Malaysia dan telah diterima sebagai memenuhi syarat keperluan untuk ijazah Master Sastera. Ahli-ahli Jawatankuasa Penyeliaan adalah seperti berikut:

Sharil Nizam Sha'ri, PhD

Pensyarah Kanan
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Pengerusi)

Nor Azuwan Yaakob, PhD

Pensyarah Kanan
Fakulti Bahasa Moden dan Komunikasi
Universiti Putra Malaysia
(Ahli)

ROBIAH BINTI YUNUS, PhD

Profesor dan Dekan
Sekolah Pengajian Siswazah
Universiti Putra Malaysia

Tarikh:

Perakuan pelajar siswazah

Saya memperakui bahawa

- tesis ini adalah hasil kerja saya yang asli;
- setiap petikan, kutipan dan ilustrasi telah dinyatakan sumbernya dengan jelas;
- tesis ini tidak pernah dimajukan sebelum ini dan tidak dimajukan serentak dengan ini, untuk ijazah lain sama ada di Universiti Putra Malaysia atau institusi lain;
- hak milik intelek dan hakcipta tesis ini adalah hak milik mutlak Universiti Putra Malaysia, mengikut Kaedah-Kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012;
- kebenaran bertulis daripada penyelia dan pejabat Timbalan Naib Canselor (Penyelidikan dan Inovasi) hendaklah diperolehi sebelum tesis ini diterbitkan (dalam bentuk bertulis, cetakan atau elektronik) termasuk buku, jurnal, modul, prosiding, tulisan popular, kertas seminar, manuskrip, poster, laporan, nota kuliah, modul pembelajaran atau material lain seperti yang dinyatakan dalam Kaedah-Kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012;
- tiada plagiat atau pemalsuan/fabrikasi data dalam tesis ini, dan integriti ilmiah telah dipatuhi mengikut Kaedah-Kaedah Universiti Putra Malaysia (Pengajian Siswazah) 2003 (Semakan 2012-2013) dan Kaedah-Kaedah Universiti Putra Malaysia (Penyelidikan) 2012. Tesis ini telah diimbaskan dengan perisian pengesanan plagiat.

Tandatangan: _____

Tarikh: _____

Nama dan No. Matrik: Nurul Fadzlin bt Mohd Asri GS48573

Perakuan Ahli Jawatankuasa Penyelidikan

Dengan ini diperakukan bahawa:

- penyelidikan dan penulisan tesis ini adalah di bawah selian kami;
- tanggungjawab penyelian sebagaimana yang dinyatakan dalam Universiti Putra Malaysia (Pengajian Siswazah) 2003 (Semakan 2012-2013) telah dipatuhi.

Tandatangan: _____

Nama Pengerusi

Jawatankuasa

Penyeliaan: Dr. Sharil Nizam Sha'ri

Tandatangan: _____

Nama Ahli

Jawatankuasa

Penyeliaan: Dr. Nor Azuwan Yaakob

JADUAL KANDUNGAN

Muka surat

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
PENGHARGAAN	iii
PENGESAHAN	iv
PERAKUAN	vi
SENARAI JADUAL	x
SENARAI RAJAH	xi

BAB

1	PENDAHULUAN	1
1.1	Pengenalan	1
1.2	Penyataan Masalah	2
1.3	Objektif Kajian	4
1.4	Kepentingan Kajian	4
1.5	Batasan Kajian	6
1.6	Definisi Operasional	6
1.6.1	Strategi	6
1.6.2	Pemasaran	7
1.6.3	Buku ilmiah	7
1.6.4	Buku Ilmiah Bahasa Melayu	8
1.7	Kesimpulan	9
2	SOROTAN LITERATUR	10
2.1	Pengenalan	10
2.2	Kajian tentang penerbitan ilmiah di Malaysia	10
2.3	Perkaitan sorotan literatur dengan kajian	12
3	METODOLOGI KAJIAN	13
3.1	Pengenalan	13
3.2	Reka bentuk kajian	13
3.2.1	Kaedah Kajian	13
3.2.2	Pemprosesan data kajian berdasarkan setiap objektif	14
3.2.3	Prinsip Pemasaran 4P Kotler dan Armstrong (1996)	14
3.3	Kerangka Konseptual Kajian	17
3.4	Justifikasi pemilihan teori	17
3.5	Kesimpulan	18
4	DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN	19
4.1	Pengenalan	19
4.2	4P ini dipecahkan kepada 2 prinsip pemasaran iaitu 1P <i>Product</i> , 3P <i>Price</i> , <i>Promotion</i> dan <i>Place</i> .	19
4.2.1	Produk Buku Ilmiah Berbahasa Melayu (<i>Product</i>)	19
4.3	Analisis Strategi Peletakan Harga Buku (<i>Price</i>)	32
4.4	Analisis Strategi Promosi Buku (<i>Promotion</i>)	35

4.5	Analisis Strategi Saluran Pengedaran (<i>Place</i>)	41
4.6	Rumusan Strategi 4P terhadap pemasaran buku ilmiah berbahasa Melayu	44
4.7	Kesimpulan	47
5	KESIMPULAN	48
5.1	Pengenalan	48
5.2	Rumusan Kajian	48
5.3	Kesimpulan	49
5.4	Cadangan dan Penambahbaikan	49
	BIBLIOGRAFI	51
	LAMPIRAN	58
	BIODATA PELAJAR	61
	SENARAI PENERBITAN	62

SENARAI JADUAL

Jadual	Muka surat
4.1 Senarai Penerbitan Buku Ilmiah Berbahasa Melayu UPM Tahun 2015	19
4.2 Senarai Penerbitan Buku Ilmiah Berbahasa Melayu UPM Tahun 2016	21
4.3 Senarai Penerbitan Buku Ilmiah Bahasa Melayu UPM Tahun 2017	22
4.4 Pautan Laman sesawang Penerbit Universiti Universiti Putra Malaysia (UPM)	36
4.5 Kandungan dan Elemen yang Terdapat dalam Laman sesawang Penerbit Universiti Putra Malaysia	37
4.6 Perkaitan buku ilmiah berbahasa Melayu <i>Hang Tuah: Catatan Okinawa</i> dengan hubungan 4P	45
4.7 Perkaitan buku ilmiah berbahasa Melayu <i>Keris Melayu Semenanjung: Suatu Pengenalan</i> dengan hubungan 4P	46
4.8 Perkaitan buku ilmiah berbahasa Melayu <i>Keris Warisan Melayu</i> dengan hubungan 4P	47

SENARAI RAJAH

Rajah	Muka surat
3.1 Rajah Hubungan Buku Ilmiah Berbahasa Melayu dengan Prinsip 4P	15
3.2 Kerangka Konseptual Kajian	17
4.1 Buku <i>Hang Tuah: Catatan Okinawa</i>	24
4.2 Buku Melayu <i>Keris Warisan Melayu: Suatu Pengenalan</i>	27
4.3 Buku <i>Keris Warisan Melayu</i>	30
4.4 Konsep Penentuan Harga Umum Penerbit UPM	34
4.5 Paparan e-katalog Penerbit UPM	38
4.6 Iklan Wawancara bersama Prof. Dr Abdul Mua'ti	39
4.7 Sistem saluran pengedaran yang diamalkan oleh Penerbit UPM	43

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Buku ilmiah atau penulisan ilmiah boleh dihasilkan melalui proses penerbitan buku yang ilmiah dan mengandungi laras akademik berkonsepkan sebuah kajian yang dihasilkan penulis berdasarkan bidang yang diambilnya, kemudian hasil kajian tersebut dilaporkan dalam bentuk teks yang lebih kemas dan sistematik dan dikenali sebagai buku ilmiah (Azhar, 2001). Penerbitan ilmiah tidak semestinya bersinonimkan tesis (Sofri, 2001). Namun, ia memerlukan beberapa prinsip untuk meletakkan penulisan tersebut mencapai tahap sebuah penulisan ilmiah (Halimah, 2001). Proses penerbitan ilmiah ini turut merujuk peringkat pewasitan, penyuntingan, bacaan pruf, percetakan dan pemasaran buku tersebut kepada masyarakat.

Walau bagaimanapun, dunia penerbitan buku ilmiah di universiti awam mempunyai dilema tersendiri apabila pasaran buku ilmiah berbahasa Melayu dikatakan amat sukar untuk mendapat tempat di hati pembaca, sekaligus tidak membawa pulangan yang tinggi kepada penulis dan pihak penerbit, lebih-lebih lagi buku ilmiah berbahasa Melayu (Shaharom, 2012). Perkara ini dilihat berlaku kerana bahasa tulisan yang terkandung di dalam buku ilmiah memberi pengaruh terhadap hala tuju buku tersebut di peringkat pasaran. Walhal, buku ilmiah yang baik dinilai berdasarkan keintelektualan bahasanya kerana penerbitannya bertujuan untuk penyebaran dan pembinaan khazanah ilmu yang menyumbang kepada peningkatan kualiti kehidupan dan kemajuan manusia (Shahril, 2012).

Dalam pada itu, Sumangala (1990) menjelaskan bahawa aktiviti penerbitan buku ilmiah oleh penerbit universiti telah bermula dengan kewujudan penerbit universiti penyelidikan. Era perkembangan buku ilmiah berbahasa Melayu turut berkembang seiring dengan peningkatan kualiti terhadap universiti awam di Malaysia yang mula menyanjung tinggi dunia penyelidikan (Lokman, 2016). Namun, tahap perkembangan buku ilmiah berbahasa Melayu dikatakan masih rendah apabila hanya 56 judul daripada 563 judul buku ilmiah negara yang telah dihasilkan setahun (Hassan, 1998). Walhal penggunaan bahasa Melayu mendominasi dasar penerbitan ilmiah di universiti awam (Noraien & Rohana, 2013).

Rentetan daripada kenyataan tersebut, jelaslah bahawa penerbitan buku ilmiah berbahasa Melayu oleh penerbit universiti awam berada pada tahap yang sederhana. Keadaan ini disebabkan kurangnya sambutan oleh golongan sasaran dan tidak dapat menolak hakikat bahawa golongan sasaran tidak bijak menilai kualiti buku ilmiah berbahasa Melayu dan keintelektualan bahasa yang terkandung di dalamnya (Izham, 2013).

Proses ini dilihat amat penting demi mengekalkan pasaran buku ilmiah berbahasa Melayu di universiti awam agar terus berkembang seiring dengan hasrat negara yang ingin mengangkat bahasa Melayu ke peringkat yang lebih tinggi dan menyanjung 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 dan diyakini mampu menyemarakkan rasa cinta akan bahasa sendiri dunia (Asmah, 1969). Jelas di sini, kaedah pemasaran yang dilakukan oleh pihak penerbit harus diteliti bagi meningkatkan keberkesanan pemasaran buku ilmiah berbahasa Melayu demi kelangsungan dan kualiti penerbitan ilmiah berbahasa Melayu kekal dalam pasaran (Hani, 2016).

Kajian ini dijalankan kerana menyedari bahawa kemerosotan penerbitan buku ilmiah berbahasa Melayu yang berpunca daripada sikap sebilangan golongan sasaran yang memandang rendah terhadap kredibiliti bahasa Melayu dalam menyampaikan kepelbagaian bidang ilmu (Hisyam, 2016). Keadaan ini dibuktikan apabila keuntungan jualan buku Penerbit UPM tidak konsisten dalam tempoh tiga tahun bermula 2015, 2016, dan 2017. Fenomena ini berlaku berpunca daripada golongan sasaran yang memandang kualiti bahasa akademik dalam buku ilmiah berbahasa Melayu adalah berbeza-beza sehingga sukar dipilih sebagai bahan rujukan (Hamed, 2015). Hal ini dikaitkan dengan strategi pemasaran buku ilmiah sehingga tidak memberi impak jualan yang besar kepada penerbit, penulis, dan pembaca.

Oleh yang demikian, kajian ini dijalankan dengan memberi tumpuan terhadap strategi pemasaran buku ilmiah berbahasa Melayu yang diterbitkan oleh Universiti Putra Malaysia (UPM).

1.2 Penyataan Masalah

Berdasarkan penelitian dan pemahaman pengkaji terhadap fokus kajian yang berkaitan strategi pemasaran buku ilmiah, jelas menunjukkan timbul kelompangan bahawa kajian terdahulu lebih memberi tumpuan terhadap kombinasi pemasaran baharu dan konvensional sebagai strategi pemasaran buku, tetapi lebih bersetuju strategi secara e-pemasaran sebagai cara yang efektif (Chin Saik Yoon (2014) & (Irfan, 2010). Malahan, strategi pemasaran lebih banyak dilakukan kajiannya terhadap produk yang lain berbanding dengan buku atau buku ilmiah bahasa Melayu. Justeru, kajian berkaitan strategi pemasaran buku ilmiah bahasa Melayu secara tuntasnya wajar dijalankan untuk membincangkan perkaitan strategi pemasaran dan buku ilmiah bahasa Melayu.

Seterusnya, strategi pemasaran yang konvensional dan baharu yang melibatkan elemen 4P iaitu (*Product* atau Buku, *Price* atau Harga, *Place* atau tempat, *Promotion* atau promosi) menjadi pilihan untuk dipraktikkan oleh Penerbit UPM sehingga berlakunya kekurangan dan kelemahan yang tidak dapat dielakkan dan menjadikan jumlah jualan buku yang tidak dapat diramalkan secara positif oleh bahagian pemasaran Penerbit UPM. Strategi pemasaran seperti aktiviti menjual buku di

kaunter, promosi buku bersama penulis dan menyertai pesta buku peringkat tempatan dan antarabangsa.

Manakala, hebahan dan jualan buku dalam laman sesawang atau web, *facebook*, antara strategi pemasaran baharu yang boleh dilakukan oleh Penerbit UPM. Hal ini diakui oleh Hamed (2014) merumuskan bahawa kebanyakan penerbit buku di Malaysia kurang memahami atau mengamalkan konsep atau strategi pemasaran 4P sebaliknya lebih menekankan kepada aspek pemasaran yang sudah biasa selama ini dilakukan oleh mereka.

Malahan, Pegawai Pemasaran Penerbit UPM Herzadawati (2019) memberitahu jumlah jualan buku sempena Pesta Buku Antarabangsa Kuala Lumpur (PBAKL) pada tahun 2015, 2016 dan 2017 mencatatkan jumlah menaik dan menurun. Jumlah jualan pada tahun 2015 memperoleh sebanyak RM34,214.30, melonjak kepada RM42,455.10 pada 2016 tetapi jumlah jualan ini menurun kepada RM19,049.80 pada 2017 yang turut disebabkan banyak faktor kerana perubahan lokasi PBAKL di tapak MAEPS, Serdang, Selangor.

Selain daripada itu, jumlah terbitan buku ilmiah bahasa Melayu adalah terhad atau sedikit berbanding dalam bahasa Inggeris yang diterbitkan oleh Penerbit UPM. Berdasarkan analisis teks terhadap katalog terbitan buku Penerbit UPM pada tahun 2015, sebanyak 37% buku bahasa Melayu diterbitkan dan 63% dalam bahasa Inggeris. Manakala, 2016 menunjukkan bahawa sebanyak 44 % dan 56% buku yang diterbitkan dalam bahasa Melayu dan Inggeris. Malah, perbezaan yang ketara juga berlaku pada 2017 dengan 37% terbitan dalam bahasa Melayu dan 63% dalam bahasa Inggeris. Jumlah ini jelas menunjukkan berlakunya jumlah penerbitan buku bahasa Melayu yang sedikit, walaupun bahasa Melayu sudah diangkat sebagai bahasa rasmi dan ilmu di negara ini.

Seterusnya, Hamed (2002) menjelaskan kekangan utama yang melanda dunia penerbitan buku ilmiah berbahasa Melayu ialah medium pengedaran sedia ada kecil dan terhad. Perkara ini berlaku disebabkan Penerbit UPM diancam trend penjualan buku digital. Ia menyebabkan penerbit buku ilmiah berbahasa Melayu secara naskah tidak dapat berkembang dan menjana keuntungan secara optimum. Maka, penerbita buku ilmiah lebih tertumpu dalam ruang lingkup penerbit universiti dan pusat penyelidikan sahaja kerana menjadi sebahagian daripada aktiviti akademik dan keperluan mereka (Noor Hisham, 2017). Oleh itu medium pengedaran buku ilmiah bersifat kecil dan terhad, walhal pemasaran yang berkesan ialah mampu melaksanakan proses interaksi pengguna secara menyeluruh dengan tujuan menarik minat pelanggan dan mengekalkan pengguna lama (Kotler & Armstrong, 2000).

Seterusnya, masalah lain yang wujud ialah buku ilmiah merupakan sebuah kajian spesifik dan pemasarannya bergerak perlahan (Hamed, 2006). Penggunaan bahasa tulisan yang terkandung dalam buku ilmiah tidak mampu mewujudkan daya membeli yang tinggi dalam kalangan golongan sasaran (Azizah, 1999). Hal ini

sedemikian kerana, masyarakat Malaysia menganggap membaca, menulis, dan aktiviti literasi yang lain hanya sebahagian kecil daripada kehidupan mereka.

Oleh itu, keperluan untuk membeli buku ilmiah hanya perlu sebagai tuntutan sewaktu di peringkat pengajian sahaja, bukan sebagai bahan bacaan untuk mendalami ilmu pengetahuan secara umum (Ramli, 1999).

Secara keseluruhannya, dapat disimpulkan bahawa strategi pemasaran buku ilmiah di penerbit universiti awam perlu diteliti bagi mengambil langkah efektif dan penambahbaikan dapat dilakukan untuk mencapai objektif penerbit buku secara maksimum. Strategi pemasaran yang berkesan perlu diambil bagi memastikan buku ilmiah berbahasa Melayu mempunyai kebolehpasaran tinggi.

1.3 Objektif Kajian

Kajian ini memberi penekanan kepada tiga objektif berikut;

Mengenal pasti produk buku ilmiah berbahasa Melayu yang diterbitkan oleh Penerbit Universiti Putra Malaysia (UPM).

Menganalisis strategi pemasaran buku ilmiah berbahasa Melayu Penerbit UPM berdasarkan prinsip *Price*, *Promotion*, dan *Place*.

1.4 Kepentingan Kajian

Kajian ini dilihat mempunyai signifikan kerana dapat membuktikan bahawa buku ilmiah berbahasa Melayu mempunyai pasaran dan golongan pembeli yang tersendiri. Hal ini tercetus apabila buku ilmiah dijadikan sebagai keperluan dalam aktiviti akademik (Khair, 2018). Oleh itu, tidak dapat dinafikan bahawa pelajar dikehendaki membeli buku yang menjadi objektif dalam pembelajaran mereka. Justeru, strategi pemasaran buku ilmiah yang mempunyai kualiti untuk memenuhi kehendak sebagai pembeli menjadi keutamaan pihak penerbit agar dapat memenuhi kehendak pembeli (Affandi, 2006).

Seterusnya, dapat memberi kesedaran kepada pihak penerbit bahawa strategi pemasaran buku ilmiah berbahasa Melayu yang berkesan dapat meningkatkan hasil jualan dan memberi impak kepada penyebaran ilmu. Seperti yang ditegaskan oleh Nik Azmi (2017) buku ilmiah yang laris membantu penyebaran maklumat dan ilmu secara meluas kepada umum melalui pandangan dan pemikiran yang digagaskan oleh pakar dalam bidang tertentu.

Oleh itu, kajian ini dapat membuka minda masyarakat ke arah membentuk generasi yang cinta akan ilmu pengetahuan, di samping memupuk satu bangsa yang mempunyai kecenderungan membeli buku ilmiah. Seperti sedia maklum, buku mempunyai peranan penting dalam mencipta dan merangsang perkembangan ilmiah yang mencorak tamadun manusia (Anas, 2000).

Oleh yang demikian, strategi pemasaran buku ilmiah berbahasa Melayu dilihat sangat diperlukan untuk membantu menyebarkan ilmu demi pembangunan manusia pada hari ini.

Tambahan pula, keutamaan kualiti sebagai strategi pemasaran yang memenuhi kehendak golongan sasaran amat penting dilakukan kerana terdapat bidang tertentu yang memerlukan buku ilmiah berbahasa Melayu sebagai rujukan (Asyraf, 2018). Oleh itu, strategi penerbitan buku ilmiah perlu dilaksanakan sebagai salah satu strategi pemasaran yang dilihat memenuhi kehendak golongan sasaran demi memenuhi keperluan mereka di samping dapat menarik pembaca diluar daripada golongan sasaran untuk membeli buku ilmiah agar dapat dimanfaatkan oleh masyarakat (Awang, 2018).

Seterusnya, kajian ini juga penting terhadap peningkatan nilai keintelektualan bahasa melalui perkembangan perbendaharaan kosa kata baharu (Harley & King, 1989). Hal ini sedemikian kerana, dalam strategi pemasaran buku ilmiah berbahasa Melayu, peranan bahasa menjadi subjek penting untuk diangkat sebagai lambang kualiti buku tersebut. Perkembangan bahasa Melayu dapat merentasi bidang sains dan teknologi dalam menterjemahkan ilmu pengetahuan melalui penjanaan idea baharu, kreativiti dan inovasi dalam memantapkan penggunaan bahasa Melayu bersesuaian dengan realiti dan keperluan semasa (Salleh, 2015). Oleh yang demikian, strategi perlu dirancang dengan teliti untuk memantapkan kekuatan dalaman bahasanya yang telah diasas sekian lama.

Oleh itu, pihak penerbit perlu memanfaatkan sifat bahasa Melayu yang fleksibel dan berkembang dari semasa ke semasa menjadi strategi dalam pemasaran agar dapat diperluaskan dan disumbangkan dalam bentuk khazanah ilmu yang berupa buku ilmiah (Santos & Nation 1988). Justeru itu, kualiti bahasa Melayu akan lebih ketara apabila berlaku interaksi dengan bidang sains dan teknologi melalui penyebaran ilmu yang disampaikan dalam bentuk buku ilmiah.

Secara keseluruhannya, dapat disimpulkan bahawa kepentingan kajian ini bertitik tolak daripada keberkesanan strategi pemasaran buku ilmiah berbahasa Melayu yang dilakukan oleh penerbit universiti awam hasil daripada faktor menggembeleng sumber sebagai langkah melariskan jualan buku ilmiah.

1.5 Batasan Kajian

Kajian ini dibataskan kepada buku ilmiah berbahasa Melayu yang diterbitkan oleh Penerbit Universiti Putra Malaysia (UPM) tahun 2017. Maklumat berkaitan penerbitan diperolehi daripada Katalog Penerbit UPM 2017 dan hasil temubual dengan beberapa orang pegawai pemasaran Penerbit UPM sebagai informen bagi mengukuhkan analisis kajian. Pengkaji telah memberi tumpuan terhadap 4P iaitu *product price promotion* dan *place* untuk menganalisis strategi pemasaran buku ilmiah yang diterbitkan oleh Penerbit UPM. Dalam menjalankan kajian ini, didapati bahawa adanya batasan kajian untuk mendapatkan maklumat yang lengkap daripada informen kerana setiap informen yang ditemu bual tidak memberikan atau mendedahkan maklumat yang sulit dan persendirian kepada pengkaji kerana khuatir akan membuka rahsia dan menjejaskan reputasi Penerbit UPM.

1.6 Definisi Operasional

Bahagian ini memberi definisi terhadap perkara yang menjadi tumpuan dalam kajian ini iaitu strategi, pemasaran, buku ilmiah, dan buku ilmiah bahasa Melayu.

1.6.1 Strategi

Strategi sebagai proses mengembangkan dan menjaga keserasian antara objektif perniagaan terhadap produk yang dihasilkan hingga mencapai keuntungan (Kotler, 2008). Seterusnya, strategi membawa maksud ilmu tentang cara-cara merancang dan melaksanakan tindak-tanduk yang dilakukan oleh manusia untuk mencapai matlamat atau kejayaan yang diinginkan dan rancangan atau taktik yang pendekatan utama yang dilakukan secara sekaligus atau bersepadu untuk mencapai objektif tertentu (Kamus Dewan Edisi Keempat, 2010 & Kamus Dewan Edisi Ketiga, 2002).

Diikuti, Kamus Besar Indonesia (2010 & 1976), menggariskan bahawa strategi merupakan suatu rencana yang cermat mengenai kegiatan yang dilakukan untuk mencapai sasaran khusus, dan menggariskan definisi strategi sebagai ilmu dan seni menggunakan semua sumber untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam sesebuah perjuangan atau pertaruhan.

Dalam kajian ini, strategi merujuk kepada perancangan yang dilakukan oleh Penerbit UPM terhadap percaturan dan perancangan pemasaran buku ilmiah bahasa Melayu. Konsep strategi yang ditelitikan dalam kajian ini merujuk kepada hasil temubual bersama pegawai pemasaran di Penerbit UPM.

1.6.2 Pemasaran

Menurut Kotler dan Amstrong (1996) pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan mengurus sesuatu perniagaan dengan memberi individu dan kelompok tertentu memperoleh apa-apa yang mereka perlukan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.

Stanton (2015) menyatakan bahawa pemasaran adalah sistem keseluruhan daripada kegiatan usaha yang dijalankan dengan tujuan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mengedarkan barang dan perkhidmatan yang dapat memuaskan keperluan pembeli ataupun golongan sasaran demi kelangsungan organisasi.

Pemasaran juga sebagai falsafah perniagaan yang menyatakan bahawa kepuasan keperluan pengguna merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan organisasi perniagaan. Bahagian pengedaran memegang peranan yang sangat penting dalam meningkatkan penjualan, kerana dengan meningkatnya penjualan produk yang dikeluarkan, maka aktiviti pengedaran telah dilaksanakan dengan berkesan (Swastha & Irawan, 2005).

Diikuti, Bakar (2006) menyatakan bahawa pemasaran adalah tanggungjawab usahawan untuk memahami campuran pengedaran yang melibatkan strategi produk, strategi tempat atau lokasi, strategi harga dan strategi promosi yang dikenali sebagai strategi campuran pengedaran yang efektif untuk membantu usahawan dalam membentuk persaingan di pasaran. Seterusnya, Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) menggariskan pemasaran ialah suatu proses, cara, atau perbuatan dalam melaksanakan pengedaran barang dagangan dengan tujuan menyebarkan barangan tersebut terhadap masyarakat umum.

Penelitian pemasaran dalam kajian ini merujuk kepada cara-cara, kaedah atau aktiviti yang dilakukan oleh pegawai pemasaran Penerbit UPM untuk memasarkan buku ilmiah bahasa Melayu kepada masyarakat. Hal ini, merujuk kepada dua kaedah iaitu konvensional dan moden yang boleh dipraktikkan oleh mereka.

1.6.3 Buku ilmiah

Kamus Dewan Edisi Keempat (2010) mentakrifkan buku ilmiah sebagai naskhah yang bersifat keilmuan dan mempunyai isi kandungan tentang ilmu pengetahuan. Brotowidjono (2002) pula memberikan definisi terhadap buku ilmiah sebagai karangan ilmu pengetahuan yang menampilkan fakta dan dibuat dengan menggunakan metodologi penulisan yang baik dan benar.

Menurut Eko Susilo (1995) buku ilmiah merupakan suatu tulisan ataupun karangan yang dihasilkan sesuai dengan sifat keilmuannya dan didasari daripada pelbagai hasil penyelidikan, penelitian, peninjauan terhadap bidang tertentu dan disusun dengan metode dengan memperlihatkan nilai penulisan yang sistematik dan dapat memperlihatkan sifat keilmuan. Diikuti, Jones (1960) berpendapat bahawa buku ilmiah ialah karangan ilmiah yang ditujukan kepada masyarakat tertentu atau golongan profesional yang mempunyai laras bahasa yang tinggi.

Seterusnya, Hery Firman (1996) menjelaskan buku ilmiah sebagai sebuah karya berupa laporan yang diterbitkan hasil daripada pengkajian ataupun penelitian yang telah dilakukan. Penulisan ilmiah mempunyai intipati kaedah dan etika keilmuan yang berlaku dalam kalangan ahli akademik.

Dalam menjalankan kajian ini, buku ilmiah merujuk kepada judul yang telah mengalami proses pewasitan, penyuntingan dan percetakan yang menjadi buku untuk dijual kepada masyarakat. Buku ilmiah ini merujuk kepada perbincangan ilmu yang dibukukan dalam kalangan pensyarah yang mempunyai latar belakang bidang yang pelbagai di UPM.

1.6.4 Buku Ilmiah Bahasa Melayu

Keris Mas (1988) berpendapat bahawa berbahasa Melayu merupakan cara atau ragam bahasa yang digunakan dalam tulisan atau karangan untuk menyampaikan sesuatu maklumat. Za'ba (1969) turut berpendapat bahawa berbahasa Melayu merupakan perbuatan mulut yang terhasil daripada ragam bahasa dan digunakan oleh orang Melayu apabila bertutur dengan orang Melayu yang lain dengan tujuan tertentu dalam konteks perhubungan. Definisi ini dapat dikaitkan dengan buku ilmiah yang menggunakan bahasa Melayu untuk menyampaikan maklumat untuk dibaca oleh orang lain.

Seterusnya, Asmah (1984) menjelaskan buku berbahasa Melayu merupakan penggunaan bahasa Melayu khusus mengikut bidang penggunaannya berdasarkan pemilihan laras yang tidak sama untuk situasi-situasi yang berlainan untuk masyarakat menunjukkan bahawa mereka sedar akan situasi-situasi sosial yang berlainan yang wujud di sekitar mereka. Selain itu, Awang (2012) mengatakan berbahasa Melayu ialah ucapan yang baik digunakan oleh orang Melayu untuk memancarkan peribadi mulia dan menunjukkan penghormatan kepada pihak yang menjadi teman bicaranya.

Bahasa Melayu membawa maksud cara mengungkapkan bahasa, iaitu cara bertutur dan menulis yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti penguasaan kosa kata, kepekaan terhadap nada-nada yang ada pada bahasa serta di dalam struktur dan keseimbangan ayat-ayat yang dihasilkan (Nik Safiah, 1998).

Namun, Nik Safiah (1982) berpendapat berbahasa boleh dijelaskan maksudnya sebagai pemakaian kata-kata yang disusun mengikut tatabahasa dan digunakan oleh seseorang dalam percakapan atau tulisan mereka mengikut situasi tertentu.

Penggunaan bahasa Melayu dalam kajian ini merujuk kepada bahasa yang digunakan sebagai alat untuk menyampaikan maklumat dan perkongsian dalam kepelbagaian bidang ilmu secara tulisan melalui medium yang penyampaian yang digelar buku ilmiah berbahasa Melayu.

Dalam konteks kajian ini, buku ilmiah bahasa Melayu atau berbahasa Melayu merujuk kepada pemakaian bahasa Melayu yang digunakan sebagai bahasa pengantar dan tulisan di dalam buku ilmiah dengan tujuan perkongsian maklumat kepada pembaca. Aspek berbahasa Melayu dalam kajian ini turut menggambarkan pemakaian laras bahasa yang standard dan betul dalam konteks ilmiah setelah buku yang diterbitkan mematuhi komen pewasit, proses penyuntingan dan bacaan pruf yang teliti.

1.7 Kesimpulan

Dalam bab ini, latar belakang kajian tentang strategi pemasaran buku ilmiah berbahasa Melayu telah dibincangkan secara terperinci. Melalui bab ini juga, pernyataan masalah dan objektif kajian telah dinyatakan secara jelas di samping menjelaskan secara konseptual tentang tajuk kajian di bawah definisi operasional. Oleh yang demikian, pengkaji mengharapkan perbincangan dalam bab ini memberi gambaran jelas kepada pemahaman dan idea utama untuk menjalankan kajian ini.

BIBLIOGRAFI

- Affandi Rahimin. (2006). Penyelidikan dalam Pengajian Islam Era Kontemporari: Harapan & Hala Tuju. Dimuat turun pada 11 November, 2017, dari https://umexpert.um.edu.my/file/publication/00002724_117714.pdf
- Anas Alam. (2000). Memupuk budaya membaca kearah kecemerlangan negara. Di muat turun pada 16 Ogos 2017 dari <http://www.astroawani.com/gaya-hidup/memupuk-budaya-membaca-ke-arrah-kecemerlangan-negara-120293>
- Asmah Haji Omar. (1969). *Bahasa Malaysia Saintifik*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Asmah Haji Omar. (1984). *Perancangan Bahasa dengan Rujukan Khusus kepada Perancangan Bahasa Melayu*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Asyraf Wajdi. (2018). Guan Eng hina Bahasa Melayu: Asyraf Wajdi. Dimuat turun pada 11 November, 2017 dari <https://malaysiagazette.com//2018/06/25/guan-eng-hina-kedudukan-bahasa-melayu/>
- Awang Sariyan. (2012). *Kesan Perkembangan Teknologi terhadap Industri Penerbitan Buku di Malaysia*, 18 (2), 5-6.
- Awang Sariyan. (2018). Jadikan Terjemahan Sebagai Bidang Pengajian Peringkat Siswazah. Dimuat turun pada 11 November, 2017 dari <http://news.usm.my/index.php/berita-mutakhir/5647-jadikan-terjemahan-sebagai-bidang-pengajian-peringkat-siswazah-kata-awang-sariyan>
- Azhar Abd Hamid. (2001). *Pengenalan kepada Penulisan Ilmiah*. Johor Bahru: Penerbit Universiti Teknologi Malaysia.
- Azizah Ahmad & Ramli Ahmad. (1999). Perjuangan dan Cabaran Pelaksanaan Bahasa Kebangsaan di Malaysia. *kuim.edu.my/journal*. Jilid 13 (9), 24-37.
- Azman Wan Chik. (2000). *Kesilapan Penggunaan Bahasa Melayu oleh Murid-Murid Melayu*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Bakar Hamid. (2006). Pendaualatan Bahasa Melayu Sebagai Bahasa Kebangsaan dan Bahasa Ilmu di Malaysia. unimap.edu.my. Dimuat turun pada 6 Julai 2017, dari <https://profdatinpadukadatukdramlahadam.pendaualatan-bahasa-melayu-sebagai.html>
- Basu Swastha & Irawan. (2005). *Menajemen Pemasaran Moden*. Jakarta: Penerbit Bukalapak
- Bold, M. R. (2016). An "Accidental Profession": Small Press Publishing in the Pacific Northwest. *Publishing Research Quarterly*, 32(2), 84-102. doi: 10.1007/s12109-016 9452-9.

- Che Ibrahim. (2010). Penggunaan Bahasa dalam Laman Blog dari Aspek Morfologi. Psasair.upm.edu.my. Dimuat turun pada 12 Januari 2018, dari <http://jbsd.umt.edu.my/wp-content/uploads/sites/53/2015/09/3.-kesalahan-bahasa-web.pdf>
- Chin Saik Yoon. (2014). Perpustakaan Digital, Paradigma, Konsep dan Teknologi Informasi yang Digunakan. Studentrepo.um.edu.my. Dimuat turun pada 16 April, 2018, dari <https://sites.google.com/site/perpustakaanfti/artikel-perpustakaan-digital/paradigma-konsep-dan-teknologi-informasi-yang-digunakan>
- D.Brotowidjoyo. (2002). Karya Tulis Ilmiah. https://www.academia.edu/10276050/Menurut_Brotowidjoyo
- Eko Susilo. (1995). Langkah-langkah Menyusun Karya Ilmiah. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Farabiyah Samsudin & Fadzillah Kamaludin. (2018). *Faktor 4P Mempengaruhi Pemasaran Buku Ilmiah Berbahasa Melayu*. Shah Alam: Penerbit Universiti Teknologi Mara.
- Fatimah Ibrahim. (2009). Konsep Pemasaran tempat dan Kepentingannya dalam Sektor Pelancongan: Kajian Kes di Bandar Diraja Kuala Kangsar, Perak. Dimuat turun pada 23 Februari, 2018, dari https://www.researchgate.net/publication/302897283_
- Halimah Ma'alip. (2001). Penulisan Ilmiah Punya disiplin tersendiri. <http://https://aryonelmessi.wordpress.com/2011/02/24/penulisan-ilmiah-2/>
- Hamed Adnan. (1991). Masalah-Masalah pemasaran Buku Dewan Bahasa dan Pustaka. scholar.google.com. Dimuat turun pada 11 Februari, 2018, dari <https://core.ac.uk/display/11493801>
- Hamed Adnan. (2002). *Penghantar Penerbitan Buku*. Kuala Lumpur: Jabatan Pengajian Media Universiti Malaya.
- Hamed Adnan. (2002). *Memahami Proses Penerbitan Buku Ilmiah melalui "Bengkel Pemindahan Tesis ke Buku*. Kuala Lumpur: Jabatan Pengajian Media Universiti Malaya.
- Hamed Adnan. (2006). *Memahami Penerbitan Buku*. Kuala Lumpur: Medium Publications.
- Hamed Adnan. (2015). Penggunaan Laman sesawang di Penerbit Universiti Malaya sebagai strategi dalam Pemasaran Penerbitan Ilmiah. Scholar. Google. Com. Dimuat turun pada 13 Februari 2018, dari <https://www.researchgate.net/publication/280794249>
- Hamed Adnan. (2014). *Penerbitan dan Pemasaran Buku di Malaysia*.

Hani Fazura. (2016). Cabaran Dunia Penulisan Hari Ini. Dimuat turun pada 7 Mac 2018, dari, [http:// klikweb.DBP.my](http://klikweb.DBP.my).

Harley & King. (1989). Descriptive Catalogue of Materials Relating to the History of Great Britain and Ireland to the End of the *Reign of Henry VII*. 3 vol (3). 124-150.

Hassan Ahmad. (2006). Pemikiran Hassan Ahmad. Dimuat turun pada 12 April 2017, dari <http://ww1.utusan.com.my/utusan/Sastera>.

Hassan Ahmad. (1998). Pembentukan Negara Bangsa Melalui Pendidikan. *My.jurnal.my*. jilid 17 (4), 1-33.

Hazidah Awang. (2010), Buku vs E-book: Transformasi Era Digital. *Jurnal UM* Vol 4 (2), 1-8.

Henry Firman. (1996). Kaedah Bahasa Indonesia dalam Penulisan Karya Ilmiah. Dimuat turun pada 16 April 2017, dari https://www.academia.edu/9451142/MENULIS_KARYA_ILMIAH

Herza Yusof. (2019). Cabaran Merealisasikan Penerbitan Ilmiah di Kolej Universiti Islam Malaysia. *kuim.edu.my/journal*. Jilid 13 (7) 24-30.

Hisyam Abdullah. (2016). Kelonggaran Syarat Lulus Bahasa Melayu untuk Beri Kemudahan. Dimuat turun pada 2 Julai 2017, dari <http://www.sinarharian.com.my>.http://ww1.utusan.com.my/utusan/info.asp?y=2008&dt=0421&sec=Rencae_05.htm

Ibrahim Komo. (2013). Penyelidikan Translasi Pacu Inovasi Ilmu. Dimuat turun pada 23 Julai 2018, dari <https://www.bharian.com.my/node/275930>

Irfan Khairi. (2010), *Strategi Meletakkan Harga dalam Perniagaan*. Dimuat turun pada 18 April 2017, dari <http://irfankhairi.com>.

Izham Ismail. (2013). Kerancangan Buku Universiti. Dimuat turun pada Februari 2018, dari <http://ww1.utusan.com.my/utusan/Sastera>.

Jones. (1960). Menajemen Pemasaran Review Film. *Tesis Sarjana*. Jakarta: Universitas Brawijaya.

Kamarudin Hussin. (1995). Pedagogi Bahasa (Pengkaedahan). Kuala Lumpur: Kumpulan Budiman.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. (ed.6). (1979). Jakarta: Balai Pustaka.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. (ed.6). (2008). Jakarta: Balai Pustaka.

Kamus Besar Bahasa Indonesia. (ed.6). (2010). Jakarta: Balai Pustaka.

- Kamus Dewan*. (ed. 3). (1994). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Kamus Dewan*. (ed. 4). (2005). Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Keris Mas. (1988). *Sekitar Pemikiran Kesusasteraan Malaysia*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa Pustaka.
- Khair Ngadiron. (2018). Perlu Cekap Luaskan Pasaran Karya. Dimuat turun pada 15 September 2018, dari <https://www.pressreader.com/malaysia/berita-harian>.
- Kotler & Armstrong. (2008). *Kotler on Marketing*. New York. The Free Press.
- Ku Seman Ku Husain. (2016), *Editor Kelas Pertama*. Dimuat turun pada 23 Jun 2017 dari <http://mykmu.com/067>.
- Kung, L. (2008). *Strategic management in the media: Theory to practice*. London: Sage Publications Ltd.
- Lokman Hakim. (2016). Cabaran Industri Perbukuan Hadapi Ekonomi Suram. Dimuat turun pada 15 Julai 2018, dari <https://penasaifai.com/category/rencana/>
- Malik & Iriantara. (1994). *IPT Perlu Yakinkan Pasaran Keberkesanan Inovasi*. Dimuat turun pada 17 Jun 2017, dari <http://www.utusan.com.my/rencana/ilmiah/201161>
- Mazniza Hakim. (2016). Penerbit Buku Ilmiah Perlu Jalin Kerjasama Antarabangsa. Dimuat turun pada 10 Mei 2018, dari <https://www.bharian.com.my/rencana/sastera/2018/07/447450/penerbit-buku-ilmiah-perlu-jalin-kerjasama-antarabangsa>
- McCharty. (2000). *Basic Marketing: European Edition: A Global Managerial Approach*. New York: Ecco Press
- McCharty. (2015) *Essentials of Marketing, 13th Edition*. New York: Ecco Press.
- McLuhan. (1962). *The Languages*. Durham: Duke University Press
- Mohamad Yusof. (1980). Strategi Pemasaran yang Efektif Memberi Impak dan Faedah kepada Masyarakat Lebih Meluas. Dimuat turun pada 20 Julai 2018, dari <http://penerbit.usim.edu.my/aktiviti-2012/96-strategi-pemasaran-yang-efektif-memberi-impak-dan-faedah-kepada-masyarakat-lebih-meluas>
- Mohd Rozlan Mohd Noor & Malik Hamid. (2016). *Asas Kepemimpinan dan Perkembangan Profesional Guru*. Kuala Lumpur: Sasbadi Sdn. Bhd.
- Mohd Said. (2017). *Manajemen Penerbitan*. Dimuat turun pada 16 April, 2015, dari Jakarta: Tenggerang Universitas Terbuka.

- Mohd Shukran. (2006). Tahap Kepuasan Kerja dan Komitmen Organisasi dalam Kalangan Guru Kolej Vokasional. *Tesis Sarjana*. Johor Bahru: Universiti Tun Hussin Onn Malaysia.
- Nik Azmi Nik Ahmad. (2017). Pandangan Orientasi Berkenaan Sikap Malas Masyarakat Melayu di Tanah Melayu. Dimuat turun pada 4 Jun 2017, dari <http://conference.kuis.edu.my>.
- Nik Safiah Karim. (1982a). *Laras Bahasa Malaysia*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Nik Safiah Karim. (1982b). *Sosiolinguistik Bahasa Melayu dan Pengajaran*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Nik Safiah Karim. (1988). *Bahasa Melayu Tinggi: Teori dan Penerapan*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Noor Hisham. (2017). 5 Faktor Beli-Belah atas Talian Menyeronokkan. Dimuat turun pada 6 Julai 2017, dari <http://utusan.com.my./0671>
- Noraïen & Rohana Mansor. (2013). Penerbitan Ilmiah dalam Kalangan Ilmuan Negara. *Jurnal umt*. Vol. 3 (1) 25-32.
- Roosfa Hashim. (2008). Cabaran menjadi Editor. Dimuat turun pada 26 Jun 2018, dari <http://utusan.com.my/981900>
- Rosiah Hamzah. (2014). Strategi Pemasaran Penerbitan Ilmiah: Kajian Kes Penerbit MARDI. *My Jurnal*. Vol. 4 (2), 117-124.
- Ruziah Ali. (2014). Dilema Penerbitan Ilmiah di Malaysia. *Tesis Master*, Universiti Utara Malaysia.
- Saadah Ja'far. (2018). Empat Anugerah Buku Negara. Dimuat turun pada 18 Februari 2018, dari, http://http://www.ukm.my/news/Latest_News/ukm-menang-empat-anugerah-buku-negara-2018-dan-1-anugerah-mapim-2018/
- Salleh Abdul Rashid. (2015). Research Publication Output by Academician in Public and Private Universities in Malaysia. *Jurnal Pengajian Tinggi*. Vol.2 (1) 1-84.
- Santos Nation Austin. (1988) *Conservation, Language, and Possibilities: A Postmodern Approach to Therapy*. New York: Ingram Publisher Services United State.
- Scheres Pim. (2016). *The Business of War: Military Enterprise and Military*. Oxford: Pearson Printice Hall.

- Shahril Anwar. (2012). Penggunaan Laman sesawang oleh Penerbit Universiti di Malaysia Sebagai Strategi dalam Pemasaran Penerbitan Ilmiah. Di muat turun pada 5 Mei, 2018, dari https://www.academia.edu/33341121/Penggunaan_Laman_Web_o_L_e_h_Penerbit_universiti_di_maLaysia_sebagai_strategi_daLam_Pemasaran_Penerbitan_iLmiah
- Shahrom Sulaiman. (2012). Media diminta Siar Lebih Berita Ilmiah. Dimuat turun pada 5 Mac, 2017, dari <https://mediasiarilmiah>
- Shahril Hasrom. (2012). *Peranan Penerbit Universiti dalam Pembinaan ilmu dalam bahasa Melayu*. Bangi: Penerbit Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Sistem Laluran Pengedaran yang digunakan oleh Penerbit Universiti. Dimuat turun pada 28 Julai, 2017, dari http://www.google.image.com_Sistem_Saluran_Pengedaran
- Sofri Ibrahim. (2001). Pemasaran Ilmiah IPT. *Jurnal ukm*. Vol 26 (3), 20-25.
- Stanton William J & Yesil. (2015). *Top Public Relation and Marketing*. Unite State: McGraw-Hill Higher Education
- Sufian Hussin. (2004). *Dasar Pembangunan Pendidikan Malaysia: Teori dan Analisis*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Sumangala. (1990). E-Jurnal Ilmiah di Malaysia. *Tesis Sarjana*. Bangi: Universiti Kebangsaan Malaysia.
- Suruhanjaya Syarikat Malaysia. Saluran Pengedaran yang diamatkan PenerbitUniversiti. Dimuat turun pada 3 Mei 2017, dari <http://ssm.com.my>.
- Teicher, O. (2013). Booksellers and change. *Publishing Research Quarterly*, 29 (2), 128-133. doi:10.1007/s12109-013-9312-9.
- Yasmin Abdullah. (2017). *Sejarah Kesedaran Visual di Malaysia*. Perak: Penerbit Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- Yesil Silke. (1997). *Craft Marketing Done Right!*. Durham: Duke University Press
- Za'ba. (1969). Pelita yang Tak Pernah Padam. Dimuat turun pada 3 April 2018, dari <http://klikweb.dbp.my/wordpress/?p=1950>
- Zaleha Yazib. (2014), Persepsi Mahasiswa Personalisasi Terhadap Urusan Pembelian atas Talian. *Jurnal Gema*. Vol 9 (2), 17-25.
- Zulkifli Abdul Latif. (2012). *Penerbitan Ilmiah Institusi Pengajian Tinggi di Malaysia: Kajian Kes keatas peranan dan Fungsi Biroteks Institut Teknologi*. Kuala Lumpur: Penerbit Universiti Malaya.

Temu Bual

Mohd Rusdy Hassan (5 Mei, 2018), Strategi Pemasaran Buku Ilmiah Berbahasa Melayu. Universiti Putra Malaysia, Serdang. [Interview].

Herzadawati Mohd Amjah (10 Mei, 2018 dan 29 Januari, 2019), Strategi Pemasaran Buku Ilmiah dan Hubungan 4P, Universiti Putra Malaysia, Serdang. [Interview].



BIODATA PELAJAR



Nurul Fadzlin bt Mohd Asri – dilahirkan pada 1 April 1992 di Kuantan, Pahang Darul Makmur. Beliau merupakan anak sulung daripada empat orang adik-beradik. Setelah tamat pengajian, beliau memulakan pengajian di Universiti Putra Malaysia (UPM) pada September 2013 bagi peringkat Ijazah Sarjana Muda dan menamatkan pengajiannya pada Januari 2017 dalam jurusan Bachelo Bahasa dan Linguistik Melayu. Pada Februari 2017, pengkaji telah meneruskan pengajian di peringkat Ijazah Sarjana juga di UPM dalam Master Sastera (Bahasa Melayu) di bawah seliaan Dr. Sharil Nizam Sha'ri dan Dr. Nor Azuwan Yaakob. Pengkaji menyimpan impian untuk melanjutkan pengajian ke peringkat tertinggi.

SENARAI PENERBITAN

Nurul Fadzlin Mohd Asri, Sharil Nizam Sha'ri, Nor Azuwan Yaakob, Zuraini Seruji & Rahimah Ab. Ghani. (2019). Aplikasi 4P dalam Pemasaran Buku Ilmiah Bahasa Melayu oleh Penerbit Universiti Awam Terpilih. *Jurnal Sultan Alauddin Sulaiman Shah*. 6 (1), 226-236.

Vivekananda a/p N. Marie, Sharil Nizam Sha'ri, Hasnah Mohamed, Rohaida Kamaruddin, Mohd Hazreen Shah Hassan, Ahmad Alfikrey Ahmad Jupar & **Nurul Fadzlin Mohd Asri**. (2019). Mencari Cahaya. *Jurnal Ulasan Buku*, 3 (1), 11-16.





UNIVERSITI PUTRA MALAYSIA

PENGESAHAN STATUS UNTUK TESIS/LAPORAN PROJEK DAN HAKCIPTA

SESI AKADEMIK : _____

TAJUK TESIS/LAPORAN PROJEK :

STRATEGI PEMASARAN BUKU ILMIAH BERBAHASA MELAYU DI MALAYSIA

NAMA PELAJAR : NURUL FADZLIN BT MOHD ASRI

Saya mengaku bahawa hakcipta dan harta intelek tesis/laporan projek ini adalah milik Universiti Putra Malaysia dan bersetuju disimpan di Perpustakaan UPM dengan syarat-syarat berikut :

1. Tesis/laporan projek adalah hak milik Universiti Putra Malaysia.
2. Perpustakaan Universiti Putra Malaysia mempunyai hak untuk membuat salinan untuk tujuan akademik sahaja.
3. Perpustakaan Universiti Putra Malaysia dibenarkan untuk membuat salinan tesis/laporan projek ini sebagai bahan pertukaran Institusi Pengajian Tinggi.

Tesis/laporan projek ini diklasifikasi sebagai :

*sila tandakan (V)

☐

SULIT

(mengandungi maklumat di bawah Akta Rahsia Rasmi 1972)

☐

TERHAD

(mengandungi maklumat yang dihadkan edaran Kepada umum oleh organisasi/institusi di mana penyelidikan telah dijalankan)

☐

AKSES TERBUKA

Saya bersetuju tesis/laporan projek ini dibenarkan Diakses oleh umum dalam bentuk bercetak atau atas talian.

Tesis ini akan dibuat permohonan :

☐

PATEN

Embargo _____ hingga _____
(tarikh) (tarikh)

Pengesahan oleh:

(Tandatangan Pelajar)
No Kad Pengenalan / No Pasport.:

Tarikh :

(Tandatangan Pengerusi Jawatankuasa Penyeliaan)
Nama:

Tarikh :

[Nota : Sekiranya tesis/laporan projek ini SULIT atau TERHAD, sila sertakan surat dari organisasi/institusi tersebut yang dinyatakan tempoh masa dan sebab bahan adalah sulit atau terhad.]