

**KAJIAN HARUMANGO WEBSITE SEBAGAI
PLATFORM UTAMA BAGI MEMPROMOSIKAN PRODUK
BAHARU HARUMANGO PRESERVE**

MUHAMMAD RAZIF AFIQ BIN RASDI ALI

(10DPM19F2041)

NUR SYAHIRAH BINTI MOHAMAD MUNIR

(10DPM19F2049)

HAREENI NAIR A/P MANAIM

(10DPM19F2017)

YASMIN RAIHANA BINTI AZMIR

(10DPM19F2005)

PENSYARAH KURSUS: DR NORHATIZAL BINTI AMARUL SHAH

PENYELIA PROJEK : PUAN ROZANA BINTI CHE BIDI

KELAS : DPM4B

**Laporan ini dikemukakan kepada Jabatan Perdagangan
sebagai memenuhi sebahagian syarat penganugerahan**

Diploma Pengajian Perniagaan

JABATAN PERDAGANGAN

SESI 1 2021/2022

AKUAN KEASLIAN DAN HAK MILIK KAJIAN

**HARUMANGO WEBSITE SEBAGAI PLATFORM UTAMA BAGI
MEMPROMOSIKAN PRODUK BAHARU HARUMANGO PRESERVE**

1. Kami, **Muhammad Razif Afiq Bin Rasdi Ali (010507-02-0123)**, **Nur Syahirah Binti Mohamad Munir (000104-02-0154)**, **Hareeni Nair A/P Manaim (010301-05-0298)**, **Yasmin Raihana Binti Azmir (011103-07-0292)** adalah pelajar **Diploma Pengajian Perniagaan, Politeknik Seberang Perai**, yang beralamat di **Jalan Permatang Pauh, 13500 Permatang Paun, Pulau Pinang**.

1. Kami mengakui bahawa projek HarumanGo Website Sebagai Platform Utama Bagi Mempromosikan Produk Baharu Harumango Preserve dan harta intelek yang ada di dalamnya adalah hasil karya dan reka cipta asli kami tanpa mengambil atau meniru mana-mana harta intelek daripada pihak-pihak lain.

2. Kami bersetuju untuk melepaskan pemilikan harta intelek projek HarumanGo Website Sebagai Platform Utama Bagi Mempromosikan Produk Baharu Harumango Preserve kepada Politeknik Seberang Perai bagi memenuhi keperluan dan penganugerahan Diploma Pengajian Perniagaan kepada kami.

Diperbuat dan dengan sebenar-benarnya diakui
oleh yang tersebut ;

MUHAMMAD RAZIF AFIQ BIN RASDI ALI
(No. Kad Pengenalan : 010507-02-0123)

NUR SYAHIRAH BINTI MOHAMAD
MUNIR
(No. Kad Pengenalan : 000104-02-0154)

HAREENI NAIR A/P MANAIM
(No. Kad Pengenalan : 010301-05-0298)

YASMIN RAIHANA BINTI AZMIR
(No. Kad Pengenalan : 011103-07-02)

PENGHARGAAN

Setinggi- tinggi penghargaan dihulurkan kepada semua pihak yang telah melibatkan diri mereka secara langsung atau tidak dari segi ilmu pengetahuan, bantuan tenaga dan psikologi bagi menyediakan projek akhir ini untuk kursus DPB50163 Business Project yang bertajuk HarumanGo Website Sebagai Platform Utama Bagi Mempromosikan Produk Baharu HarumanGo Preserve.

Penghargaan ini diberikan bagi menghargai sumbangan dan bantuan pada pihak Diem Bakery yang terlibat. Ucapan setinggi-tinggi penghargaan dan ribuan terima kasih kepada pensyarah kami iaitu Dr Nor Hatizal Binti Amarul Shah dan penyelia kami iaitu Puan Rozana Binti Che Bidi dalam penghasilan laporan projek ini untuk kursus DPB50163 Business Project, HarumanGo Website Sebagai Platform Utama Bagi Mempromosikan Produk Baharu HarumanGo Preserve.

ABSTRAK

Tajuk kajian ialah penggunaan laman web dalam mempromosikan produk harumango preserve. Masalah yang berlaku di syarikat jualan produk terbaru Diem Bakery iaitu Harumango preserve tidak mendapat sambutan yang memberangsangkan daripada pelanggan. Dengan itu kami telah membuat satu Langkah awal iaitu membuat temubual dengan pengurus Diem Bakery iaitu Mr Tan. Banyak pengetahuan tentang syarikat Diem Bakery dan produk telah disampaikan oleh Mr Tan. Selain itu, facebook juga menjadi tumpuan utama dalam membantu mempromosikan produk inovasi tersebut. Pemerhatian telah dilakukan seperti memerhatikan aspek persekitaran, penduduk, kemudahan, perkerja dan lokasi syarikat. Seterusnya, Kajian internet digunakan bagi promosikan produk di laman web. Kesimpulannya, hasil kajian dianalisis bagi meningkatkan pengeluaran produk dan meningkatkan jualan produk terbaru HarumanGo Preserve.

ISI KANDUNGAN

BUTIRAN	MUKASURAT
PENGESAHAN STATUS LAPORAN AKHIR	
PENGESAHAN LAPORAN PROJEK AKHIR	
PENGHARGAAN	3
ABSTRAK	4
BAB 1 PENGENALAN	
1.1 Pendahuluan	7
1.2 Latar Belakang Projek	8 - 9
1.3 Pernyataan Masalah	9
1.4 Objektif Kajian	10
1.5 Justifikasi Kajian	10 - 11
1.6 Skop Kajian	11
1.7 Kepentingan Projek	11
1.8 Rumusan	11
BAB 2 : KAJIAN LAPANGAN	
2.1 Pendahuluan	12
2.2 Kajian Terdahulu	12 - 15
2.3 Rumusan	15
BAB 3 : METODOLOGI / REKA BENTUK	
3.1 Pendahuluan	16

3.2 Kaedah Analisis Data	16 - 21
3.3 Reka Bentuk Projek	21 - 28
3.4 Impak Projek	28 - 29
3.5 Rumusan	29
BAB 4 : DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN	
4.1 Pendahuluan	30
4.2 Dapatan Kajian/ Pengujian	30
4.2.1 Pencapaian Objektif Pertama	31
4.2.2 Pencapaian Objektif Kedua	32 - 33
4.2.3 Pencapaian Objektif Ketiga	34 - 35
4.3 Perbincangan Pembangunan	35
4.3.1 Kelebihan	35 - 36
4.3.2 Kekurangan	36
4.3.3 Masalah	36
4.4 Kos yang terlibat	36
4.5 Rumusan	37
BAB 5 : KESIMPULAN	
5.1 Pendahuluan	38
5.2 Kesimpulan	38
5.3 Cadangan	39
5.4 Limitasi Projek	39
5.5 Rumusan	39
RUJUKAN	40 - 41
LAMPIRAN	42 - 43

BAB 1 : PENGENALAN

1.1 PENDAHULUAN

Bab ini membincangkan mengenai masalah yang dikaji , objektif kajian , persoalan kajian dan skop kajian.

Kemudahan pembelian secara atas talian telah menjadi norma baharu masyarakat pada masa kini semenjak kesibukan bekerja dan juga Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) yang diarahkan oleh kerajaan menjadikan pembelian atas talian dipilih sebagai langkah mudah dan selamat untuk berbelanja bagi memenuhi keperluan and kehendak pengguna . Sebanyak 51.2% penduduk negara di negara ini menggunakan platform e-dagang untuk membeli-belah dan menjual secara dalam talian (**Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia [SKMM] : 2019**).

Kajian dijalankan di Diem Bakery yang terletak di kawasan Alor Setar, Kedah. Walaubagaimanapun, kajian ini tertumpu kepada kaedah bagi mempromosikan produk terbaru Diem Bakery iaitu HarumanGo Preserve.

Selain itu , kajian ini bertujuan untuk membincangkan dan membuat kajian mengenai masalah yang dihadapi oleh Diem Bakery dan mencari penyelesaiannya. Antara masalah yang dihadapi oleh Diem Bakery adalah masalah mempromosikan produk baharu mereka iaitu HarumanGo Preserve. Oleh itu , penggunaan laman web bagi tujuan mempromosikan produk perlu diwujudkan bagi mengatasi masalah ini dengan idea yang inovasi .

Bab ini juga membincangkan tentang website yang akan dibangunkan bagi tujuan membantu Diem Bakery dalam menyelesaikan masalah mempromosikan produk baharu mereka iaitu HarumanGO Preserve.

1.2 LATAR BELAKANG KAJIAN

Melalui kajian yang telah dilakukan , perniagaan yang dipilih adalah perniagaan Diem Bakery yang bertempat di Alor Setar , Kedah. Perniagaan utama syarikat ini adalah perniagaan makanan dan produk pastry . Perniagaan syarikat ini telah beroperasi selama 7 tahun. Perniagaan ini jenis syarikat sendirian berhad. Seterusnya , perniagaan ini beroperasi dari 9:00 pagi – 7:00 petang .Walaubagaimanapun , syarikat ini telah lama beroperasi dan ia telah dikenali oleh pelanggan di sekitar Alor Setar .

Perintah kawalan pergerakan yang dilaksanakan oleh kerajaan bagi membendung penularan covid 19 telah merubah corak kehidupan sejagat dan juga ekonomi negara. Keadaan ini turut dirasai oleh peniaga-peniaga kecil. Kebanyakan peniaga-peniaga kecil turut terjejas dengan keadaan ini. Walau bagaimanapun, keputusan kerajaan membuka semula sector ekonomi telah memandai nafas baru.

[Home](#) - [Malaysia](#) - [Kedah](#) - Diem Bakery

6°03'10.2"N 100°44'32.5"E
Felda Lubuk Merbau, 05210 SK,
Kedah
Directions
View larger map

KAMPUNG SUNGAI SERKAP

Kedai roti canai nasir

Agen redONE AdnanNami

Mosque Al Madi

KAMPUNG JURONG

Perdagangan

Diem Bakery
Bakery

ADVERTISEMENT

[Kedah, Malaysia](#)

Address : 39, Jalan Tunku Yaakub, Taman Pesisiran Tanjung Chali, 05000 Alor Setar, Kedah, Malaysia

Coordinate : [6.1177014, 100.3632831](#)

Compound Code : 4997+38 Alor Setar, Kedah, Malaysia

ADVERTISEMENT

4.0 Place rating
Rate this place

★ ★ ★ ★ ★

[Inappropriate listing?](#) [Request for Deletion](#)

<https://cumaps.net/en/MY/diem-bakery-p104295>



1.4 PERNYATAAN MASALAH

Hasil daripada analisis keperluan yang dijalankan, didapati masalah yang dihadapi oleh Diem Bakery adalah berkaitan dengan produk terbaru yang dihasilkan iaitu HarumanGo Preserve. Sejak berlakunya pandemic covid19, Diem Bakery hanya beroperasi untuk penghantaran atau pelanggan membawa pulang barang. Kesannya, tidak ramai yang mengetahui kewujudan produk ini kerana mereka takut untuk keluar rumah disebabkan takut terjangkit covid19. Hal demikian menyebabkan jualan bagi produk tersebut menurun. Syarikat Diem Bakery pernah mengambil penekaan terhadap perkara ini seperti memuat naik gambar di media sosial tetapi ia tidak mendapat banyak perhatian dan sambutan. Jika jualannya semakin berkurangan, syarikat boleh mengalami kerugian kerana mengeluarkan produk dalam kuantiti yang banyak dan bilangannya kekal sama.

1.5 OBJEKTIF KAJIAN

Projek ini dijalankan untuk :

1.4.1 Mengenalpasti HarumanGo Website membantu syarikat Diem Bakery mempromosikan produk .

1.4.2 Mengenalpasti HarumanGo Website membantu syarikat Diem Bakery mengetahui maklum balas pelanggan .

1.4.3 Mengenalpasti HarumanGo Website membantu pelanggan syarikat Diem Bakery mencari lokasi premis.

1.6 JUSTIFIKASI KAJIAN

Kajian ini dibuat bertujuan untuk mengenalpasti kaedah bagi menyelesaikan masalah yang berlaku dari aspek proses memperkenalkan produk baharu Diem Bakery. Syarikat Diem Bakery terletak di pekan cina Alor Setar Kedah. lokasi syarikat ini adalah antara kawasan yang terpencil di Alor Setar. Hal ini menyebabkan penduduk setempat sahaja yang mendapat info tentang produk yang dikeluarkan oleh syarikat Diem Bakery. Oleh itu, dengan mempromosikan produk di laman web akan membantu syarikat mendedahkan info tentang produk kepada pelanggan yang berada luar dari kawasan pekan cina ALor Setar.

Produk kajian yang dipilih di syarikat Diem Bakery ialah produk HarumanGo preserve. Produk ini ialah produk yang terbaru dikeluarkan oleh Diem Bakery. Walaupun di pasaran terdapat produk yang serupa dengan produk harumanis preserve ini, pengkaji tetap menyakini bahawa produk harumanis ini boleh bersaing dipasaran disebabkan produk ini banyak kelebihan dari segi khasiat dan banyak kegunaan untuk makanan

Selain dari bersaing dipasaran, laman web juga mampu menjadi medium interaksi antara syarikat dan pelanggan. Pelanggan boleh bertanyakan soalan di laman web syarikat secara teks, live atau berinteraksi face to face secara online. Sebagai contoh live chat atau webinar. Justeru itu, interaksi adalah medium paling penting untuk meyakinkan pelanggan berkaitan produk syarikat yang dipromosikan.

Akhir sekali, laman web juga berperanan untuk menerima dan mengurus tempahan daripada pelanggan melalui borang pesanan yang diwujudkan di laman web tersebut. borang pesanan yang diisi akan masuk di database syarikat. Dengan itu, syarikat mudah mengetahui tempahan daripada pelanggan dan langsung syarikat boleh membuat tindakan penghantaran produk kepada pelanggan

1.7 SKOP KAJIAN

Skop projek tertumpu kepada masalah untuk mempromosikan dan memperkenalkan produk baharu Diem Bakery iaitu Harumango Preserve. Oleh itu, pengkaji bercadang untuk membangunkan produk inovasi iaitu website bagi memudahkan Diem Bakery bagi mempromosikan produk baharu mereka. Di samping itu, melalui website ini juga pelanggan boleh berinteraksi dan mendapat maklum balas segera daripada pihak Diem Bakery.

1.8 KEPENTINGAN PROJEK

Penciptaan HarumanGO Website dapat membantu syarikat Diem Bakery dalam mempromosikan produk terbaharu iaitu HarumanGO Preserve kepada orang ramai. HarumanGO Website dapat membantu sayrikat dalam menarik perhatian lebih ramai pelanggan terhadap HarumanGO Preserve.

1.9 RUMUSAN

Kajian yang dilakukan ini memberi pengalaman dan ilmu yang baru dan menarik. Tugas ini mengerakkan kami untuk mempelajari tentang cara atau kaedah mencipta laman web bagi mempromosikan dan menjual sesuatu produk. Melalui pemerhatian secara tidak langsung, salah satu faktor yang membawa kepada kemajuan pesat ekonomi ialah teknologi yang semakin membangun. Justeru itu memudahkan sesebuah syarikat untuk memperkenalkan produk syarikat dan dalam masa yang sama dapat meningkatkan jualan produk.

BAB 2 : KAJIAN LAPANGAN

2.1 PENDAHULUAN

Bab ini meninjau keperluan pembangunan laman web kepada perniagaan yang baru dimulakan atau atau perniagaan yang telah lama meniaga. Pembangunan laman web ini adalah berdasarkan kepada keperluan perniagaan yang dikaji serta keperluan pembeli. Keberkesanan laman web juga akan dikaji berdasarkan literatur dan inovasi-inovasi terbaru.

2.2 KAJIAN TERDAHULU/ULASAN/SIASATAN

2.2.1 MEMPROMOSIKAN PRODUK

Menurut Ika Nur Indah dan Lies Yulianto (2011) Usaha kelompok PIDRA desa gawang menjalankan promosi produk tetapi hanya mempromosikannya secara berdepan dan belum mencipta laman web sehingga kurang mendapat perhatian. Untuk mendapat lebih banyak perhatian, mereka sangat memerlukan laman web sebagai media utama untuk menarik perhatian masyarakat. Mereka berharap dengan adanya laman web ini, ia dapat memudahkan untuk mempromosikan usaha kelompok PIDRA desa gawang serta laman web ini berguna untuk memupuk minat dalam masyarakat untuk mengetahui produk yang dihasilkan oleh mereka.

Menurut Muhammad Irfan Nasution, Muhammad Andi Prayogi dan Satria Mirsya Affandy Nasution (2017), Kualiti produk dan promosi sebahagiannya atau secara serentak memberi kesan yang positif dan ketara terhadap jualan. Syarikat perlu memfokuskan kepada faktor-faktor yang wujud dalam kualiti produk dan promosi dalam perniagaan supaya syarikat dapat meningkatkan jualan produk.

Menurut Denok Wahyudi Setyo Rahayu (2019), Pemasaran merupakan salah satu hal penting dalam penjualan produk iaitu melalui aktiviti mempromosikan produk. Memilih kaedah pemasaran yang baik akan memberikan kesan yang positif kepada

syarikat. Peningkatan jualan produk syarikat merupakan salah satu kesan positif dari kaedah pemasaran yang baik yang digunakan oleh syarikat.

Menurut Cut Devi Maulidasari dan Damrus (2021), Syarikat atau para peniaga perlu memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk mereka demi mempertahankan perniagaan mereka ketika berlakunya perkembangan globalisasi. Melalui pemasaran secara atas talian, syarikat dapat menjangkau pengguna dalam skop yang lebih luas. Kesan daripada pemasaran secara atas talian, syarikat dapat menjimatkan wang dan dapat mencapai sasaran atau target yang ditetapkan.

Menurut Anggit Yoebrilanti (2018), Promosi penjualan merupakan salah satu cara unruk meningkatkan minat pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan serta dengan adanya pembolehubah gaya hidup sebagai moderator boleh meningkatkan minat pengguna terhadap produk fesyen melalui rangkaian media sosial. Ia juga dapat membantu dalam meningkatkan promosi penjualan produk yang dikeluarkan oleh syarikat.

2.2.2 MAKLUM BALAS DARI PELANGGAN

Menurut Ahmad Baharuddin Abdullah, Norhamimi Razali dan Zaidi Mohd Ripin (2004), Kepuasan pelanggan adalah penting untuk memastikan produk lebih terjamin untuk bersaing di pasaran dan mencipta kejayaan. Kebiasaannya, pelanggan hanya akan membincangkan kegagalan produk dan kriteria yang mereka tidak suka tentang produk berdasarkan pengalaman lalu. Namun, maklumat daripada pelanggan amat penting untuk meningkatkan keupayaan dan prestasi dari aspek reka bentuk kejuruteraan untuk menyokong seni bina produk.

Menurut Nurulhuda Bt Ramli, Chai Siew Fun dan Fazli Idris (2009), dalam perkhidmatan, pelanggan juga memainkan peranan penting iaitu membekalkan input secara langsung atau tidak langsung dalam bentuk masa dan tenaga. Kualiti sesebuah perkhidmatan bukan sahaja dilihat berdasarkan prestasi pembekal perkhidmatan tetapi juga melihat prestasi atau maklum balas dari para pelanggan.

Menurut Heni Rohaeni dan Nisa Marwa (2018), Kualiti perkhidmatan berkait rapat dengan kepuasan pelanggan. Kemajuan sebuah syarikat dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam melayan para pelanggannya. Syarikat tersebut juga perlu melihat kepada kualiti perkhidmatan yang diberikan kepada pelanggan dan harus melebihi

dari apa yang dijangka oleh pelanggan supaya mereka lebih berpuas hati dengan perkhidmatan yang diberikan.

Menurut Afnina dan Yulia Hastuti (2018), Seorang pelanggan akan puas apabila dia berasa senang dan selesa menggunakan produk tersebut dan membelinya lagi. Ia bermula dari maklum balas pelanggan terhadap produk atau perkhidmatan yang ditawarkan dengan harapan yang baik iaitu berdasarkan pengalaman lalu atau berita yang tersebar sehingga didengari oleh pelanggan tersebut.

Menurut Martina Rahmawati Masitoh, Khairul IKhsan dan Ade Sahrani (2020), Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting bagi sesebuah syarikat kerana apabila pelanggan puas, maka mereka akan membeli lagi produk yang ditawarkan oleh syarikat. Kepuasan pelanggan menjadi hal yang penting ketika syarikat bersaing dengan syarikat yang lain dan hal itu akan membuat syarikat lebih berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan para pelanggannya.

2.2.3 JURNAL KEPENTINGAN LOKASI PREMIS

Menurut Thara Wong Woharn (2010), lokasi premis merupakan unsur penting dalam menentukan corak pertapakan aktiviti perniagaan kerana ianya dapat mempengaruhi kecekapan dan keuntungan bagi sesebuah pengeluaran. Maka tidak menghairankan sekiranya perletakan premis lebih tertumpu terhadap ruang-ruang tertentu. Keadaan ini akhirnya mempengaruhi bilangan firma baru untuk bertapak di kawasan industri yang sedia ada sehingga menimbulkan masalah ketidakseimbangan dalam pengagihan ruang struktur perniagaan. Namun demikian penelitian daripada perspektif geografi, masih belum menemui elemen-elemen sebenar yang mempengaruhi pemilihan lokasi premis.

Menurut Ainon Mohd (2004), Keupayaan mendapatkan langganan yang menggalakkan sebahagian besarnya bergantung kepada tempat atau tapak perniagaan yang dipilih. Sebagai contoh, industri peruncitan bergantung sepenuhnya kepada tempat atau lokasi yang dipilih bagi menjamin kejayaannya. Selain daripada itu faktor tempat atau lokasi perniagaan juga penting bagi industri-industri perkilangan dan perkhidmatan. Pemilihan tempat atau tapak perniagaan berkait rapat dengan fungsi pemasaran. Aspek tempat atau lokasi perniagaan perlu dilihat daripada segi elemen ruang dalam kegiatan ekonomi manusia. Teori lokasi mempunyai tempat dalam dunia perniagaan khususnya bagi memahami mengapa dan bagaimana wujudnya kawasan

dan tempat perniagaan. Pakar-pakar perancang perniagaan mungkin dipengaruhi oleh pelaksanaan pembangunan sesebuah kawasan yang berasaskan model-model tertentu.

Menurut Nurul Indrati (2014), pemilihan lokasi adalah salah satu keputusan perniagaan yang perlu dibuat dengan teliti. Kajian lepas telah menunjukkan bahawa lokasi perniagaan mempunyai hubungan dengan kejayaan perniagaan. Dalam konteks ini, pengukuran kejayaan perniagaan boleh berbeza-beza, tetapi kemungkinan besar berkaitan dengan data subjektif dan objektif pada pelbagai aspek prestasi seperti pertumbuhan jualan, bahagian pasaran dan keuntungan.

Menurut Sandra Fitriyani (2015), untuk menjalankan perniagaan terdapat banyak faktor yang perlu diambil kira dan diberi perhatian oleh usahawan untuk menjayakan perniagaan mereka. Lokasi syarikat adalah kunci kepada kecekapan dan keberkesanan sesebuah syarikat. Untuk berjaya usahawan perlu bersaing dengan pesaing mereka. Dalam situasi ini, lokasi menjadi faktor yang sangat penting.

Menurut Eze, Felix John (2015), dijangka begitu syarikat akan mencari lokasi yang meningkat hasil dan mengurangkan kos kerana dengan hasil yang tinggi dan kos yang rendah akan menghasilkan keuntungan yang tinggi. Memilih lokasi perniagaan memerlukan beberapa kerja serius yang merangkumi : Perancangan yang tepat dan menyelidik , meninjau demografi , menyemak sumber bekalan bahan, mengikuti isu masyarakat, memahami undang-undang dan cukai negeri, dan banyak lagi. Lokasi perniagaan adalah kunci kejayaan operasi dan pertumbuhan keseluruhan. Ini bermakna keputusan lokasi yang rasional menarik minat yang baik, kejayaan jangka panjang dan pencapaian matlamat perniagaan.

RUMUSAN

Secara keseluruhannya, bab dua telah membincangkan mengenai aktiviti mempromosikan produk melalui laman web kepada peniaga. Mengetahui maklum balas dari pelanggan mengenai produk penting supaya kita lebih berusaha untuk mencapai jangkauan dan harapan dari pelanggan dan laman web juga kepentingan memilih lokasi premis yang strategik. Dengan adanya laman web, ia lebih memudahkan pelanggan untuk mencari lokasi tepat premis.

BAB 3: METODOLOGI/REKA BENTUK

3.1 PENDAHULUAN

Bab ini akan menerangkan tentang kaedah penyelidikan yang digunakan dalam kajian ini. Pertama, kajian ini akan menerangkan tentang langkah untuk menghasilkan produk Harumango Preserve. Kemudian menerangkan analisis projek.

3.2 KAEDAH ANALISIS DATA

Kajian ini dijalankan dengan menggunakan Google Form sebagai kaedah pengumpulan data. Google Form ini dicipta dan dikongsikan kepada Pengurus Diem Bakery iaitu Mr. Tan untuk disampaikan kepada para pekerja yang lain.

A) Analisis Keperluan

Melalui analisis keperluan, kami mendapati 100% pekerja Diem Bakery bersetuju untuk mewujudkan kaedah yang baru dalam mempromosikan produk melalui laman website. Oleh itu, dengan persetujuan dari pihak Diem Bakery kami mula mempromosikan produk harumango preserve dalam laman website. Seterusnya, dengan adanya Harumango website dapat membantu dan memudahkan proses jual beli produk antara pekerja dan pelanggan

Jadual menunjukkan Analisis Keperluan Harumango website

Nama / UMUR/ JANTINA	Adakah syarikat mempunyai kaedah promosi yang digunakan untuk mempromosikan produk HarumanGO Preserve	Adakah syarikat bersetuju sekiranya pengkaji mencipta website untuk produk HarumanGO Preserve	Apakah masalah yang dihadapi dalam mempromosikan produk oleh Diem Bakery	Adakah jumlah jualan produk Diem Bakery meningkat atau menurun	Adakah Diem Bakery bersetuju sekiranya pekaji membuat penambahbaikan dalam kaedah mempromosikan produk baharu Diem Bakery
Koid Zhen Kang (25) (Lelaki)	TIDAK	SETUJU	Lokasi kurang strategik	menurun	YA
Teh Zi Kuan (25) (Lelaki)	TIDAK	SETUJU	Tiada tempat mempromosikan produk	menurun	TIDAK
Lim Ying Jing (23) (Perempuan)	TIDAK	SETUJU	Kekurangan mesin	menurun	YA
Leong Hui Yi (23) (Perempuan)	TIDAK	SETUJU	Tiada website untuk mempromosikan produk	menurun	YA

Daripada kajian yang telah kami jalankan untuk menganalisis keperluan HarumanGO Website, para pekerja menyatakan bahawa syarikat Diem Bakery tidak mempunyai kaedah untuk mempromosikan produk HarumanGo dan mereka bersetuju jika kami mencipta satu laman web khas bagi mempromosikan produk tersebut. Antara masalah yang dihadapi oleh syarikat dalam mempromosikan produk tersebut adalah lokasi syarikat kurang strategik dan tiada tempat untuk menjalankan aktiviti promosi. Ada juga mengatakan mereka kekurangan mesin dan sebagainya. Berdasarkan data yang kami dapati dari pekerja syarikat, mereka memberitahu bahawa jualan untuk produk tersebut semakin menurun akibat daripada Coronavirus yang menyebabkan ramai orang lebih memilih untuk membeli secara atas talian dan bukan di kedai. Menurut data tersebut, ada tiga orang pekerja mengatakan setuju jika kami melakukan penambahbaikan dalam kaedah promosi yang dijalankan dan seorang pekerja tidak bersetuju dengan penambahbaikan yang dicadangkan.

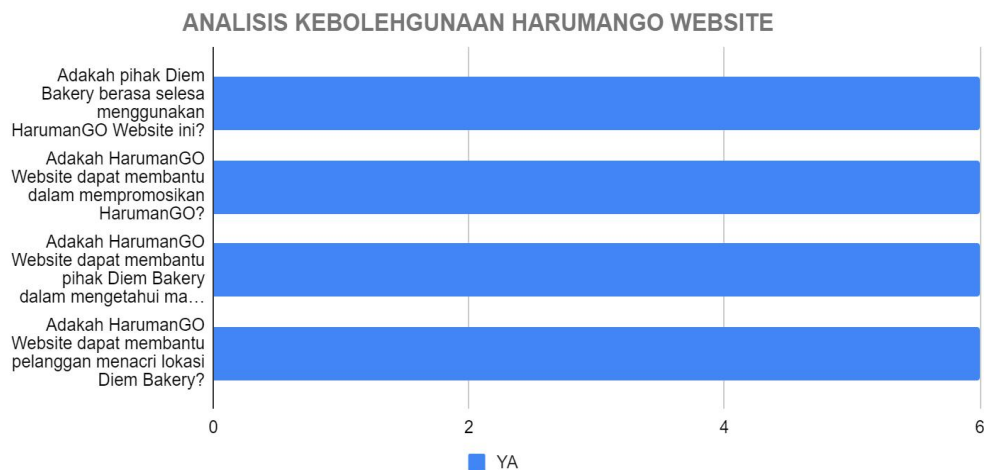
B) Analisis Kebolegunaan Produk

Kajian ini dijalankan dengan mengedarkan soal kaji selidik melalui kaedah Google Form kepada pekerja Diem Bakery yang terlibat dengan penggunaan laman HarumanGO website dalam proses jual beli antara pelanggan. Kaji selidik berlangsung secara maya dengan mengedarkan soal selidik yang sama iaitu perlu diisi oleh pekerja Diem Bakery pada minggu lalu. Statistik data daripada soal kaji selidik akan dikumpul dan disenaraikan disenaraikan di jadual (rujukan di bawah) yang disediakan mengikut minggu. Kajian ini akan membantu untuk membuat kesimpulan tentang kekerapan penggunaan Harumango website.

Jadual menunjukkan Analisis Kebolegunaan Produk

Nama / UMUR/ JANTINA	Adakah pekerja Diem Bakery selesa menggunakan HarumanGO Website	Adakah HarumanGO Website dapat membantu syarikat dalam mempromosikan produk	Adakah HarumanGO Website dapat membantu syarikat mengetahui maklum balas pelanggan	Adakah HarumanGO Website dapat membantu pelanggan syarikat Diem Bakery mencari lokasi premis
Koid Zhen Kang (25) (Lelaki)	YA	YA	YA	YA
Teh Zi Kuan (25) (Lelaki)	YA	YA	YA	YA
Lim Ying Jing (23) (Perempuan)	YA	YA	YA	YA
Leong Hui Yi (23) (Perempuan)	YA	YA	YA	YA

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, para pekerja mengatakan bahawa mereka selesa menggunakan HarumanGO Website yang telah dicipta dan ia dapat membantu syarikat Diem Bakery dalam mempromosikan produk HarumanGO Preserve. Mereka semua juga menyatakan bahawa kaedah ini dapat membantu mereka dalam mengetahui maklum balas dari pelanggan mengenai HarumanGO Preserve dan ia juga dapat memudahkan pelanggan mencari lokasi syarikat Diem Bakery kerana terdapat peta kawasan dan pautan telah disediakan dalam HarumanGO Website.



C) ANALISIS SWOT

Kajian ini juga menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT dijalankan bagi mengenalpasti aspek-aspek yang penting dari segi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di dalam perniagaan Diem Bakery. Analisis SWOT adalah alat analisis yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau mungkin akan dihidupi oleh organisasi.

Hasil SWOT analisis adalah seperti di bawah :

SWOT' Analisis

1) Strength (kekuatan)

Terdapat paten nama produk syarikat dan nama jenama produk adalah kuat serta mereka mempunyai reputasi yang baik di antara para pelanggan. Kos adalah kurang dan ini dapat menguntungkan mereka dalam penggunaan akses kepada rangkaian pengedaran.

2) Weakness (kelemahan)

Menurut apa yang kami dapati, paten syarikat kurang mendapat perlindungan dan nama jenama tersebut agak lemah berbanding yang lain serta reputasi mereka menjadi kurang baik akibat daripada pandemik. Mereka juga kurang akses kepada sumber daya alam dan memerlukan kos yang tinggi bagi struktur syarikat.

3) Opportunities (peluang)

Berdasarkan kajian yang dilakukan, syarikat dapat dikembangkan dengan menggunakan teknologi baru seperti media sosial. Dengan cara ini, mereka mengetahui maklum balas atau cadangan supaya dapat memenuhi keperluan pelanggan. Syarikat tidak mengetatkan peraturan bagi pekerja untuk memberi peluang kepada para pekerja meluangkan masa bersama dan bergembira.

4) Threats (ancaman)

Pada masa yang sama, syarikat juga menghadapi ancaman iaitu terdapat produk yang mengandungi bahan utama yang sama tetapi dikeluarkan oleh syarikat lain. Ini akan menyebabkan selera pelanggan berubah apabila terdapat produk yang sama tetapi berlainan rupa. Apabila produk yang sama dikeluarkan oleh syarikat lain, hal tersebut akan membuat syarikat terpaksa bersaing untuk membuat produk mereka lebih dikenali.

3.3 REKA BENTUK PROJEK

3.3.1 KAEDAH PENGHASILAN PROJEK

PENERANGAN BERKAITAN LAMAN WEB (HarumanGo Website)

Laman web mampu menjadi medium interaksi antara syarikat dan pelanggan. Pelanggan boleh bertanyakan soalan di laman web syarikat secara teks, live atau berinteraksi face to face secara online. Sebagai contoh live chat atau webinar. Justeru itu, interaksi adalah medium paling penting untuk meyakinkan pelanggan berkaitan produk syarikat yang dipromosikan. Selain itu, laman web juga berperanan untuk menerima dan mengurus tempahan daripada pelanggan melalui order form yang diwujudkan di laman web tersebut. Order form yang diisi dan disubmit akan masuk di database syarikat. Dengan itu, syarikat mudah mengetahui order daripada pelanggan dan langsung syarikat boleh membuat tindakan penghantaran produk kepada pelanggan. Justeru itu, kami telah membangunkan sebuah laman web untuk mempromosikan Harumango Preserve iaitu HarumanGo Website. Laman web ini bukan sahaja mempromosikan produk baharu Diem Bakery malah memberi banyak

maklumat yang berkaitan Harumango Preserve dari segi khasiat dan kegunaan untuk makanan. Dengan itu, penciptaan laman web merupakan satu alternatif ke arah meyakinkan pelanggan berkaitan produk syarikat yang dipromosikan. Carta alir projek HarumanGo Website seperti dibawah

CARTA ALIR PROJEK HARUMANGO WEBSITE

A : PERBINCANGAN

Kami berempat telah berbincang antara satu sama lain mengenai masalah ini pada bulan September 2021.

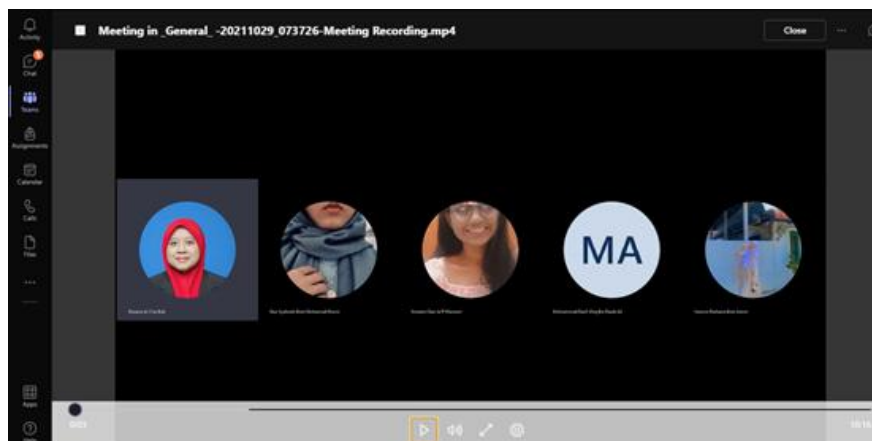
B : TINJAUAN ANALISIS KEPERLUAN

Satu tinjauan analisis keperluan terhadap mempromosikan Harumango Preservetelah dijalankan ke atas pekerja Diem Bakery.

C : PEMBANGUNAN RANGKA WEBSITE

Pembangunan rangka websitetelah dimulakan pada bulan Disember 2021.

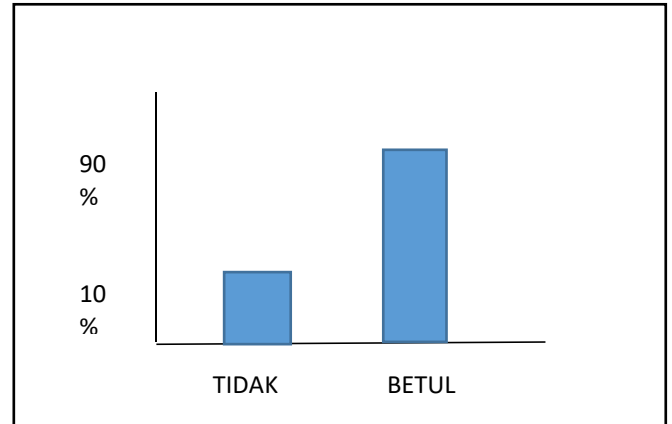
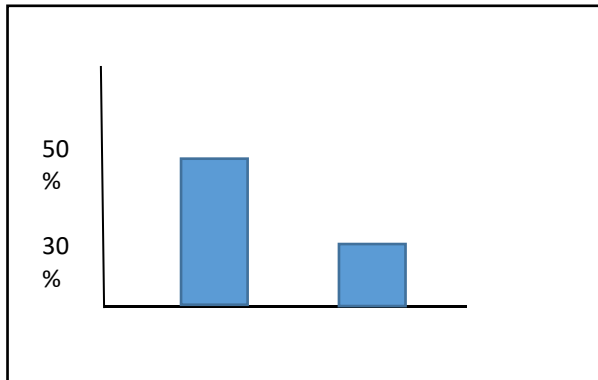
PERBINCANGAN AHLI KUMPULAN DENGAN PENYELIA



TINJAUAN ANALISIS KEPERLUAN

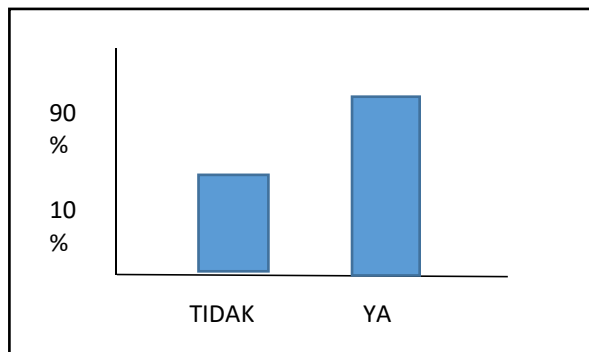
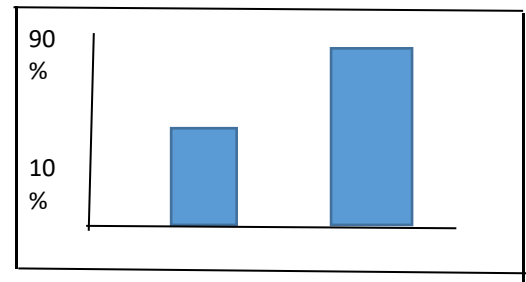
SOALAN 1 : NAMA & UMUR

- KHOID ZEN KANG (25)
- TEH ZI KUAN (25)
- Lim Ying Jing (23)
- LEONG HUI YE (23)



SOALAN 2 : HARGA PRODUK
LEBIH MURAH DARI
SYARIKAT LAIN.

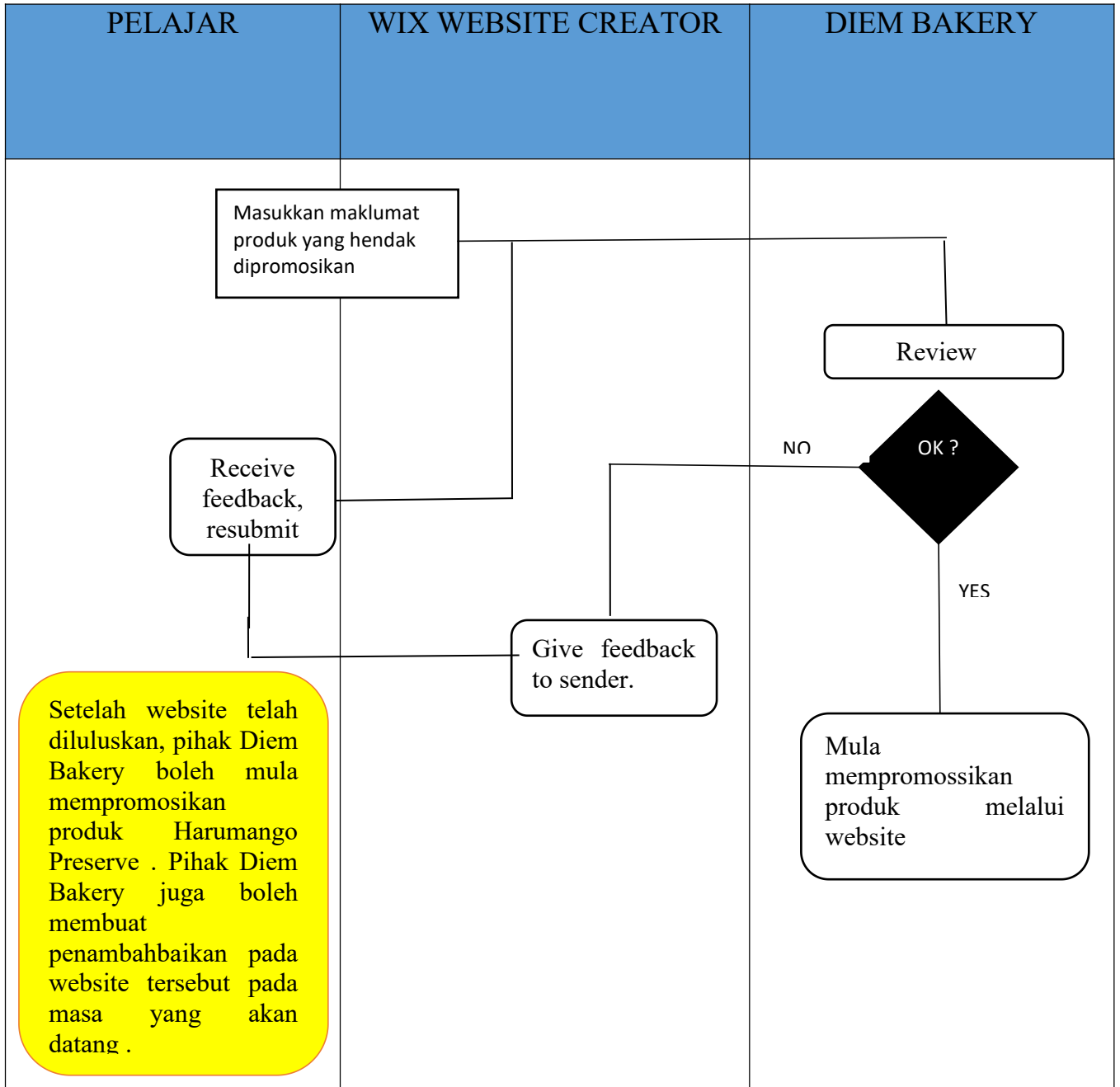
SOALAN 3 : PENGURUSAN BAYARAN YANG SISTEMATIK



SOALAN 4 : WAKTU OPERASI
KEDAI YANG SISTEMATIK

SOALAN 5 : LAYANAN YANG
BAIK DALAM WEBSITE
SYARIKAT

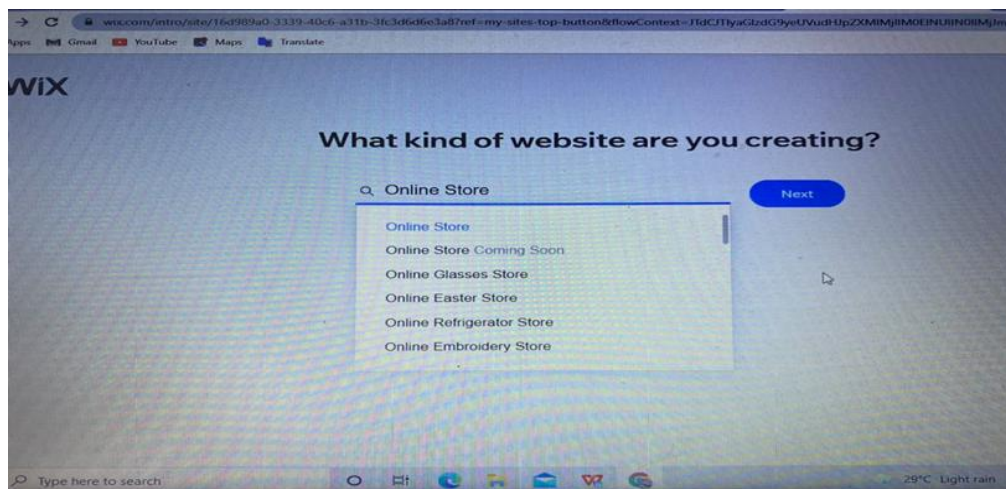
PEMBANGUNAN RANGKA WEBSITE (HarumanGo Website)



PEMBANGUNAN SISTEM HARUMANGO WEBSITE

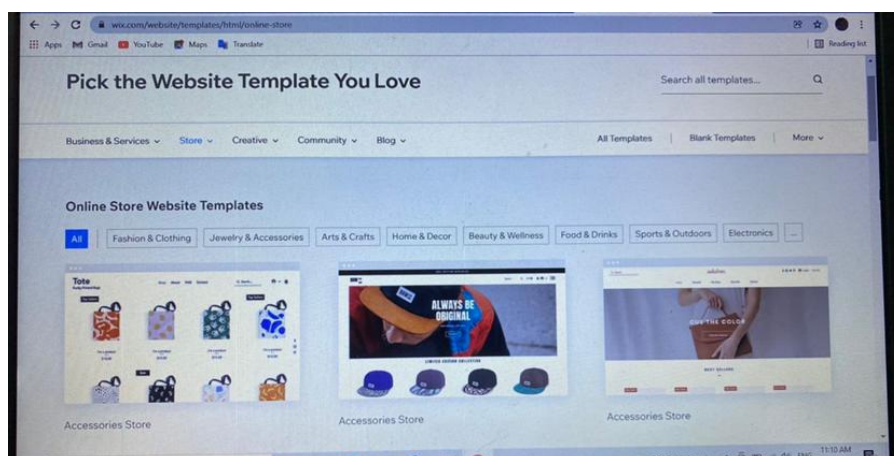
LANGKAH 1

Langkah pertama adalah pengkaji telah menggunakan aplikasi laman web dalam membuat penghasilan produk supaya menarik dan mengikut kehendak syarikat Diem Bakery dalam menarik minat pelanggan. Kami mencipta website HarumanGO melalui wix.com



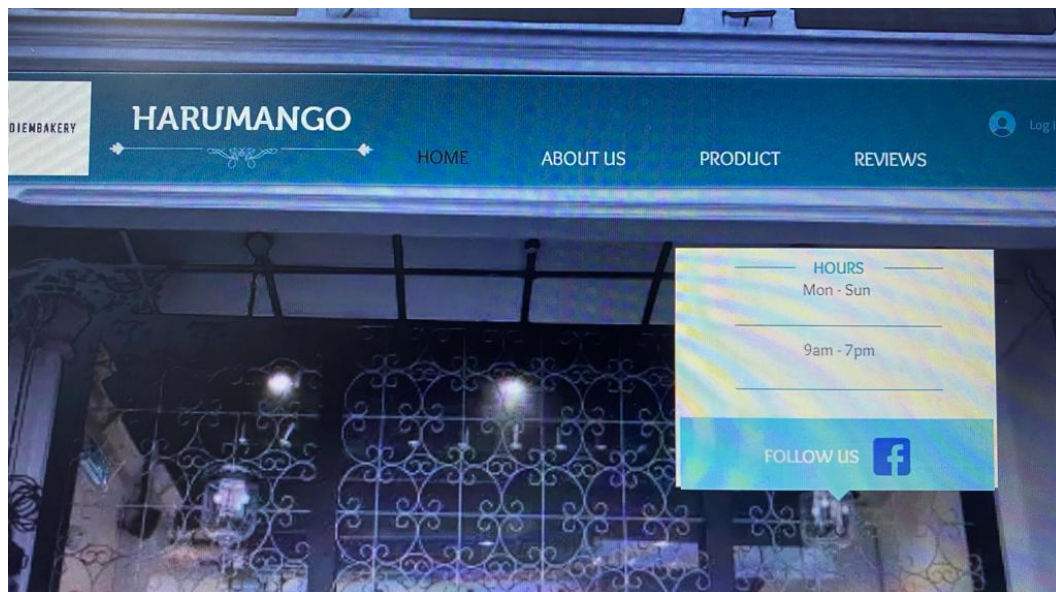
LANGKAH 2

Seterusnya, pilih templat yang sesuai mengikut tujuan perniagaan yang dijalankan. Templat yang dipilih perlu mempunyai ciri-ciri yang boleh menarik perhatian pelanggan untuk melihat laman web tersebut.



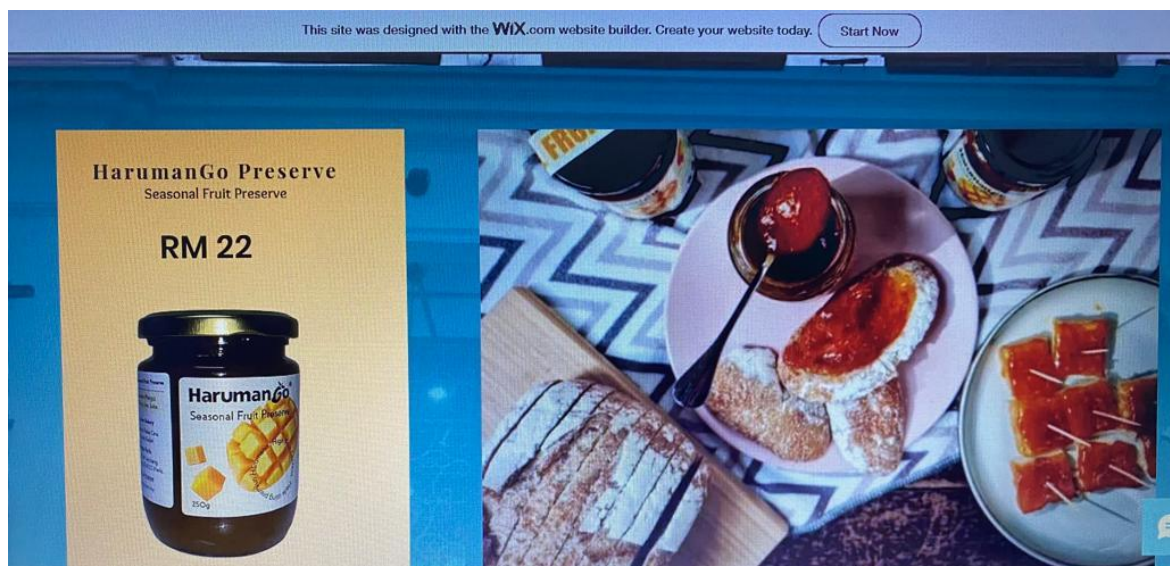
LANGKAH 3

Tetapkan menu yang perlu ada dalam laman web untuk memudahkan pelanggan .



LANGKAH 4


Mengisi maklumat mengenai syarikat dan produk yang dipromosikan serta peta google yang menunjukkan lokasi terletaknya syarikat dalam laman web untuk memudahkan perjalanan pelanggan mencari lokasi tepat syarikat.



DIEMBAKERY HARUMANGO

HOME ABOUT US PRODUCT REVIEWS

Log In



HarumanGO Seasonal Fruit Preserve

Ingredients : Harumanis (Mango), Can Sugar, Lime Peel,
Lime Juice
Produced by : Diem Bakery

editor.wix.com/html/editor/web/renderer/edit/26d600f5-075d-49be-ba7a-9efe3d37290e?metaSiteId=3428bee3-e0ab-4034-8244-89c6adb76979

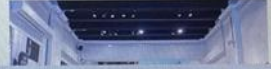
WIX You're now in Preview mode Back to Editor Publish

Upgrade your website to remove Wix ads Upgrade Now

Diem Bakery

Bangunan Diem Bakery dan bangunan bersebelahan yang mempunyai struktur yang sama adalah dimiliki oleh Syarikat Soon Kongsu pada tahun 1910. Bangunan ini dibina oleh keluarga Dato' Eddy Choong. Mendiang Dato' Eddy Choong adalah pemain badminton yang tersohor di Malaysia yang lahir dari keluarga yang terkemuka di Kedah sebelum mereka berpindah ke Pulau Pinang. Proses pemuliharaan bangunan.

Diem Bakery ini mengambil masa hampir dua tahun untuk siap sepenuhnya dan ianya dilakukan oleh pasukan yang sama turut memulihkan bangunan Caffe Diem yang terletak di seberang jalan dengan Diem Bakery. Diem Bakery ini terletak di 39 Jalan Tunku

Type here to search 27°C Mostly sunny 10:07 AM 20/11/2023


This site was designed with the WIX.com website builder. Create your website today. Start Now

CONTACT

Diem Bakery

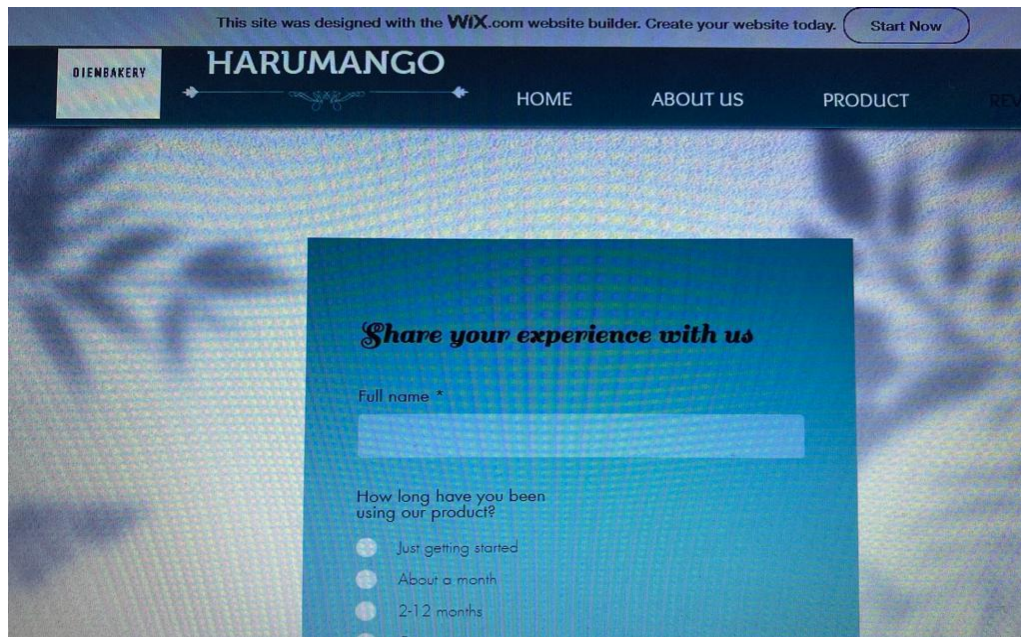
39, Jalan Tunku Yaakub,
Taman Pesisiran Tanjung Chali,
05000 Alor Setar, Kedah.

013-933 5193



LANGKAH 5

Menyediakan form bagi mendapatkan maklum balas atau ulasan dari pelanggan yang telah membeli produk tersebut.



3.4 IMPAK PRODUK

Inovasi produk HarumanGO Website diperincikan kepada empat (3) bentuk impak dari produk yang dihasilkan bagi menyelesaikan permasalahan kajian. Berikut adalah penjelasan impak mengikut sub topik perbincangan.

a) Impak Produk Terhadap Syarikat. Diem Bakery

Penghasilan produk ini telah membantu para pekerja di syarikat Diem Bakery ini dalam menarik perhatian dan minat pelanggan terhadap produk terbaru iaitu harumango preserve. Hal ini kerana, ianya dapat membantu pelanggan tidak perlu lagi untuk datang ke tempat perniagaan untuk pembelian produk malah menggunakan website perniagaan sebagai tempat jual beli produk dengan pelanggan

b) Impak Produk Terhadap Masa

Penggunaan Harumango website telah banyak membantu pekerja di syarikat Diem Bakery ke arah penjimatan masa dari segi pemasaran dan proses jual beli produk

berbanding dengan keadaan sebelumnya. Sebelum ini urusan jual beli hanya berlaku di pusat perniagaan sahaja akibat tidak teknologi yang membantu proses jual beli produk

c) Impak Produk Terhadap Tenaga

Penggunaan Harumango Preserve telah membantu ke arah penjimatan tenaga pekerja dari segi pengurusan berbanding dengan keadaan sebelum ini yang menyebabkan mereka berasa letih dan tertekan dengan jual beli yang terlalu sesak di pusat perniagaan Diem Bakery. Hal ini kerana, sebelum ini syarikat Diem Bakery tidak menggunakan kaedah promosi yang canggih untuk faedah jualan produk dan ianya membuatkan pelanggan membuat aduan kerana terpaksa mengambil masa yang lama dalam proses jual beli produk di pusat Diem Bakery.

3.5 Rumusan

Kesimpulannya, pada bab ini lebih memfokuskan kos-kos yang terlibat dalam penghasilan produk kami iaitu Harumango website. Selain itu, pada bab ini juga, kami berjaya menghasilkan pelbagai analisis untuk memastikan produk ini diterima oleh para pengguna. Terdapat tiga item yang perlu dianalisis dengan tepat untuk mengetahui kos pembuatan dan keuntungan produk. Akhir sekali, kami juga telah mensasarkan pengguna produk kami yang terdiri daripada para pekerja di syarikat Diem Bakery di Alor Setar Kedah

BAB 4: DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

4.1 Pendahuluan

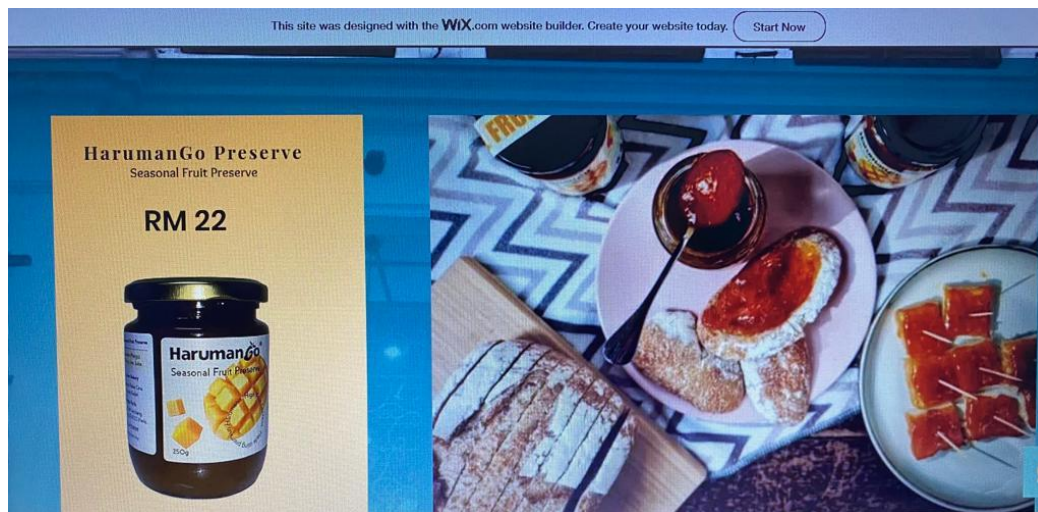
Bab ini akan menerangkan tentang analisis projek perniagaan dan dapatan kajian iaitu menerangkan tentang pencapaian objektif kajian, kelebihan produk, kekurangan produk dan masalah dalam penghasilan produk . Ujikaji yang dijalankan yang melibatkan pencapaian objektif satu, dua dan tiga. Seterusnya, ialah analisis kewangan untuk projek iaitu kos yang terlibat serta masa yang diambil untuk membangunkan produk ini.

4.2 Dapatan Kajian/Pengujian

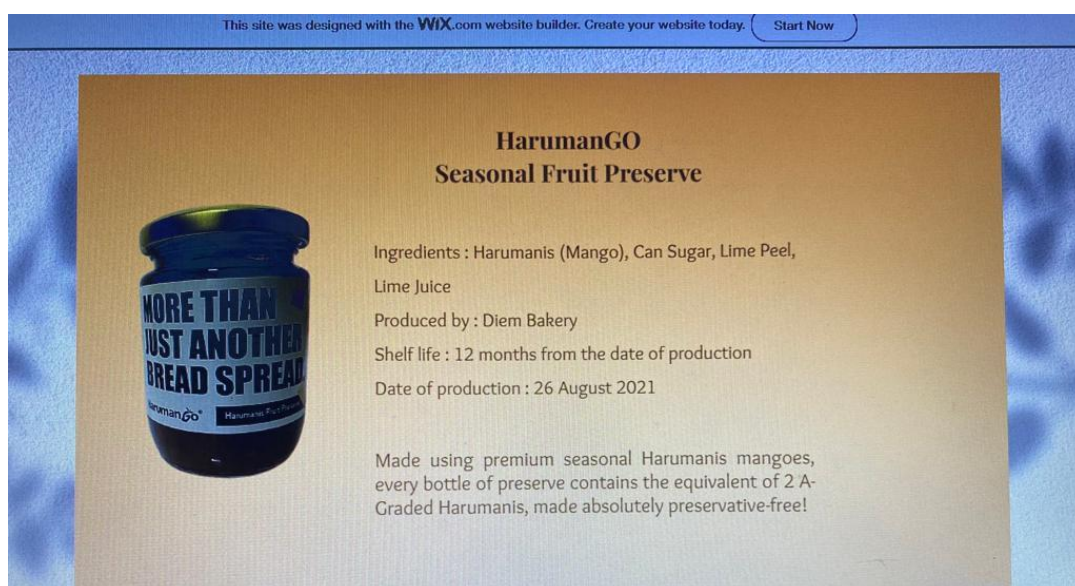
Hasil kajian yang dijalankan, mendapati HarumanGo Website amat diperlukan oleh pihak Diem Bakery untuk mempromosikan produk mereka. Bagi pelanggan yang ingin mengetahui tentang produk - produk baharu yang dikeluarkan oleh Diem Bakery, mereka memerlukan sebuah laman web yang dapat memberitahu segala info tentang produk baharu Diem Bakery. Selain itu, pihak Diem Bakery sangat berpuas hati selepas menggunakan HarumanGo Website kerana ia membantu syarikat Diem Bakery mengetahui maklum balas pelanggan. Akhir sekali, HarumanGo Website dapat digunakan pada bila-bila masa dan mudah untuk diakses oleh peniaga dan pekerja Diem Bakery dan juga membantu pelanggan Diem Bakery mencari lokasi premis.

4.2.1 Pencapaian objektif kajian pertama mengenal pasti HarumanGO Website dapat membantu syarikat Diem Bakery dalam mempromosikan produk.

Harga produk perlu dipaparkan supaya para pelanggan dapat mengetahui harga sebenar sebelum membeli. Meletakkan contoh kegunaan produk ini dapat membantu syarikat menarik perhatian pelanggan. Berdasarkan analisis kajian yang telah dijalankan, para pekerja Diem Bakery menyatakan bahawa HarumanGO Website yang telah dicipta sesuai dan mereka selesa ketika mengakses laman web kerana ia tidak terlalu rumit dan mudah.

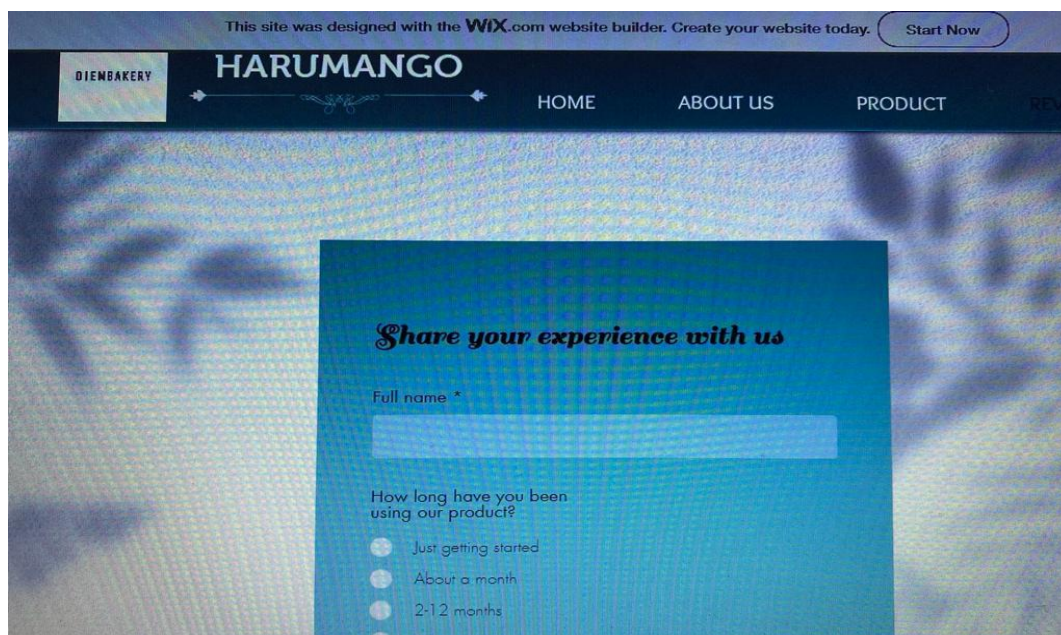


Dengan memuat naik info mengenai produk, ia dapat membantu pelanggan mengetahui jenis bahan atau kandungan yang digunakan ketika menghasilkan produk ini.



4.2.2 Pencapaian objektif kajian kedua mengenal pasti HarumanGO Website membantu syarikat Diem Bakery mengetahui maklum balas pelanggan.

Ini adalah soalan yang dipaparkan di laman web sebagai tempat untuk pelanggan membuat ulasan mengenai produk. Para pekerja menyatakan bahawa apabila terdapat bahagian untuk penulisan ulasan dari pelanggan, ia memudahkan mereka untuk mengetahui ulasan pelanggan serta jika terdapat sebarang penambahbaikan yang diperlukan.



The image shows a screenshot of the HarumanGO website. At the top, there is a navigation bar with the logo 'DIEMBAKERY HARUMANGO' and menu items 'HOME', 'ABOUT US', 'PRODUCT', and 'REVIEWS'. A banner at the top reads 'This site was designed with the WIX.com website builder. Create your website today. Start Now'. The main content area features a feedback form titled 'Share your experience with us'. The form includes a 'Full name *' field, a question 'How long have you been using our product?' with radio button options: 'Just getting started', 'About a month', and '2-12 months'. There are also two 'Submit' buttons at the bottom of the form.

Sebelum itu, pelanggan perlu mendaftar di laman web untuk memberi maklumbalas mereka. Selepas menggunakan produk tersebut mengikut keselesaan masing-masing, pelanggan boleh membuat ulasan tentang produk dan menyatakan sekiranya syarikat perlu membuat penambahbaikan.

Sign Up

Already a member? [Log In](#)

Email

Password

Sign Up

or sign up with

About a month
 2-12 months
 Over a year

Satisfied

★★★★★

Where do we need to improve?

Quality of product

Share your opinion!

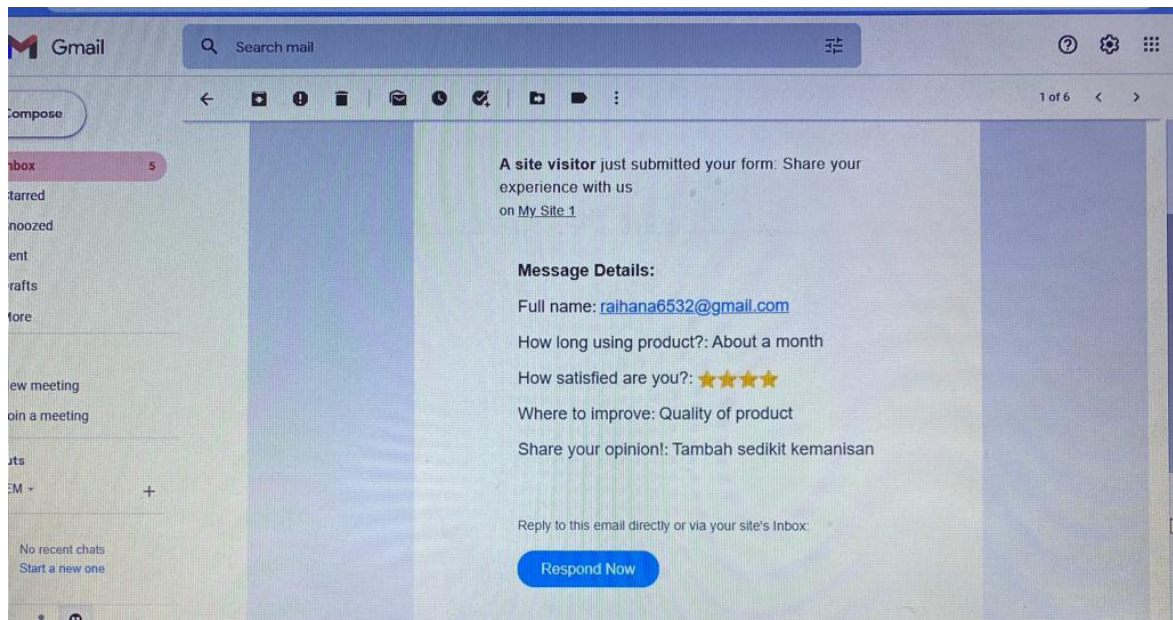
Menambahkan kemanisan produk

Full name *

raihana6532@gmail.com

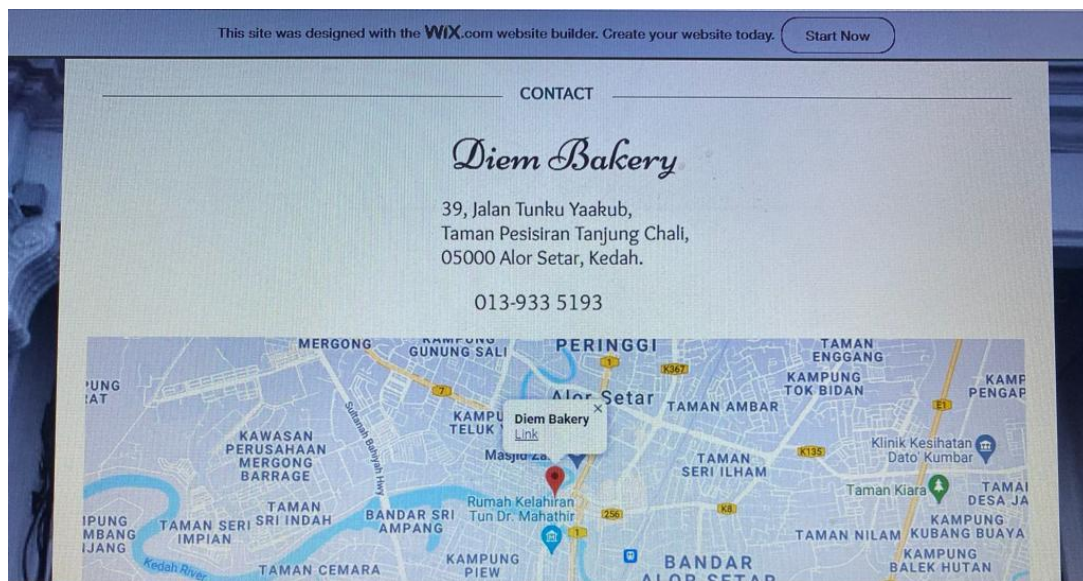
Submit

Apabila pelanggan menghantar ulasan, ia akan dihantar ke E-mel yang digunakan oleh syarikat dan ini memudahkan syarikat untuk mengetahui ulasan mereka mengenai produk.

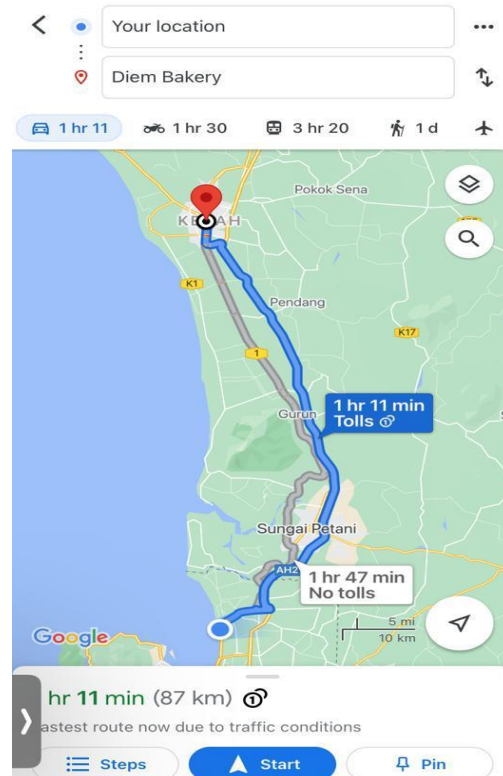
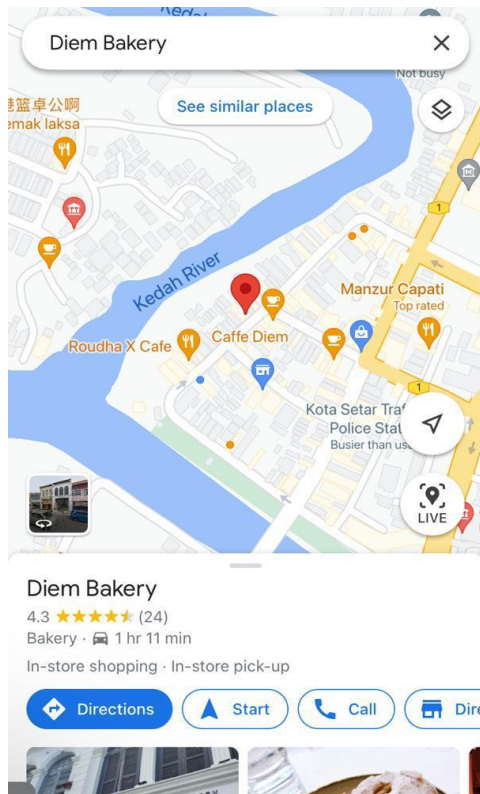


4.2.3 Pencapaian objektif kajian ketiga mengenal pasti HarumanGO Website membantu pelanggan syarikat Diem Bakery mencari lokasi premis.

Apabila pelanggan membuka HarumanGO Website, terdapat satu peta yang menunjukkan pautan lokasi dan alamat syarikat Diem Bakery serta nombor telefon sekiranya pelanggan hendak menghubungi mereka sebelum tiba di destinasi. Ketika ujikaji HarumanGO Website, kami mendapati bahawa para pekerja berasa lokasi yang dipaparkan akan memudahkan para pelanggan mencari lokasi premis dengan tepat.



Pautan tersebut akan membawa ke aplikasi peta yang digunakan oleh pelanggan. Ini akan membantu pelanggan mencari lokasi premis menggunakan gajet dan mengetahui masa yang diambil untuk tiba di sana.



4.3 PERBINCANGAN PEMBANGUNAN HARUMANGO WEBSITE

Hasil daripada perbincangan dengan pengurus dan pekerja Diem Bakery, kami telah mencipta HarumanGo website yang digunakan bagi memperkenalkan produk terbaru Diem Bakery iaitu HarumanGO Preserve. Ketika membangunkan HarumanGO Website ini, pengkaji menghadapi masalah yang sering berlaku pada masa kini. Selepas menjalankan pemeriksaan harian secara teliti, kami mendapati laman web ini mempunyai kelebihan tetapi pada masa yang sama juga mempunyai kekurangan berbanding dengan laman web syarikat lain.

4.3.1 KELEBIHAN HARUMANGO WEBSITE

Laman web ini dapat membantu syarikat mempromosikan dan menyampaikan info atau berita mengenai produk yang dihasilkan iaitu HarumanGO Preserve. Daripada laman web ini, pelanggan dapat mengetahui asal usul dan bahan yang digunakan sebelum membuat pembelian sekiranya mereka mempunyai alahan terhadap bahan yang digunakan. Ini akan membuat mereka lebih berhati-hati sebelum membeli.

Pelanggan juga dapat mengetahui jika syarikat Diem Bakery mengeluarkan produk baharu yang mengandungi buah mango. Melalui pengemaskinian, pelanggan akan mengetahui info lanjut produk baharu dan dapat membelinya sekiranya produk yang digunakan sebelum habis.

4.3.2 KEKURANGAN HARUMANGO WEBSITE

Kekurangannya adalah ia tidak dapat membantu syarikat Diem Bakery mengetahui bilangan pelanggan yang melihat atau melawat HarumanGO Website. Kebanyakan laman web akan menunjukkan bilangan orang yang melihatnya tetapi tidak bagi HarumanGO Website. Ia juga tidak dapat membantu syarikat mencatat jualan yang dilakukan oleh syarikat lain. Kebiasaannya, syarikat dapat mencatat jualan produk melalui laman web selain penggunaan cara manual tetapi HarumanGO Website tidak dapat membantu syarikat mengetahui jumlah jualan bulanan atau tahunan kerana laman web ini dicipta hanya untuk menyebarkan hebahan dan mempromosikan produk kepada orang ramai.

4.3.3 MASALAH YANG DIHADAPI OLEH PENKKAJI

Antara masalah utama yang dihadapi ketika mencipta HarumanGO Website adalah gangguan internet mengikut kawasan. Sejak berlakunya pandemik yang menyebabkan sesetengah para penduduk bekerja di rumah dan anak-anak yang tidak dapat ke sekolah harian, sebaliknya mereka diarahkan untuk menghadiri kelas harian secara atas talian. Apabila terlalu ramai penduduk dalam kawasan yang sama menggunakan internet, ia akan menyebabkan ramai kehilangan internet dan menjadi gangguan dalam kerja. Kehilangan internet ketika mencipta laman web juga akan menyebabkan kerja yang dilakukan tidak dapat disimpan dalam masa yang singkat. Disebabkan oleh itu, para pengkaji berjaga sehingga larut malam untuk mencipta HarumanGO Website sebelum berlakunya gangguan internet yang berpanjangan.

4.4 KOS YANG TERLIBAT

Kos yang terlibat dalam menghasilkan HarumanGO Website adalah kos pembelian data internet secara harian kerana penciptaan laman web memerlukan internet yang kuat dan stabil.

4.5 RUMUSAN

HarumanGo Website banyak membantu Diem Bakery dalam mempromosikan Harumango Preserve. Kelebihan laman web ini ialah ia dapat memudahkan Diem Bakery dalam menguruskan kaedah mempromosikan produk mereka dengan lebih sistematik. Laman web ini juga, mejimatkan masa dan dapat digunakan disetiap peranti. Laman web ini juga, mempunyai kelemahannya, Penambahbaikan yang dapat kami berikan kepada pihak Diem Bakery adalah jika pihak Diem Bakery kurang mahir dalam menggunakan laman web ini, kami akan menyediakan manual cara penggunaannya. Ia akan memudahkan pihak Diem Bakery untuk menggunakan laman web ini.

BAB 5: KESIMPULAN

5.1 PENDAHULUAN

Bab ini membincangkan mengenai kesimpulan dan cadangan hasil kajian Reka Bentuk laman web iaitu HarumanGo website yang telah dijalankan. Bab ini merangkumi kesimpulan dari keseluruhan projek berdasarkan kepada analisis **SWOT** (kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang) dan analisis keberkesanan bagi menghasilkan cadangan dan penambahbaikan dalam kajian ini. Ia juga merangkumi kesimpulan keseluruhan penghasilan produk harumango preserve dalam memperkenalkan produk di laman web syarikat Diem Bakery.

5.2 KESIMPULAN

Sebelum ini, syarikat sering melakukan promosi secara berkala melalui poster dan sebagainya tetapi sejak berlakunya Covid-19, ia sukar untuk menarik perhatian orang ramai. Disebabkan oleh itu, pengkaji mencipta HarumanGO Website untuk membantu memudahkan aktiviti memperkenalkan produk baharu Diem bakery dan menyelesaikan masalah yang dihadapi..

Kelebihan produk HarumanGO Preserve ini adalah ia mudah dibawa ke mana sahaja kerana dihasilkan dalam balang kaca yang bersaiz sederhana. Kuantiti produk tersebut tidak lebih dan tidak kurang dan pelanggan tidak perlu risau mengenai keadaannya kerana ia tidak mudah tumpah. Penutup balang diperbuat daripada bahan yang kuat untuk mengelakkan daripada dimasuki lalat atau seranggan seperti semut.

Kaedah ini diwujudkan bagi membantu syarikat Diem Bakery dalam memperkenalkan dan memudahkan proses jual beli produk terbaru syarikat iaitu Diem Bakery. Di samping itu, Produk ini mampu berdaya saing dengan baik di pasaran dan membantu memudahkan kerja semua golongan yang terlibat dengan aktiviti jual beli produk.

5.3 CADANGAN

Produk ini mempunyai banyak kelebihan yang berkesan dalam membantu meningkatkan hasil jualan produk terbaru Diem Bakery dan syarikat juga perlu menjalankan kemaskini Harumango website jika terdapat info baharu mengenai harga produk dan sebagainya kerana kemaskini tersebut dapat membantu pelanggan mengetahui info baharu sebelum membeli.

5.4 LIMITASI PROJEK

Sekiranya pengguna yang menggunakan HarumanGo Website tidak mahir dalam penguasaan IT maka ia akan menjadi sukar jika ingin menggunakan laman web tersebut. Sekiranya pengguna salah memasukkan maklumat produk ke dalam laman web maka akan berlaku kekeliruan dalam mempromosikan produk. Pengguna perlu mempunyai komputer riba atau telefon pintar untuk mengakses HarumanGo Website.

5.5 RUMUSAN

Secara dasarnya kajian ini membincangkan mengenai penghasilan produk inovasi iaitu laman web HarumanGo website yang dibangunkan untuk kegunaan memperkenalkan produk terbaru Diem Bakery iaitu harumango preserve. Kajian ini mempunyai bab yang membincangkan mengenai proses dalam membantu masalah syarikat iaitu masalah memperkenalkan produk terbaru syarikat. Bab yang pertama membuat kajian mengenai masalah yang dikaji, objektif kajian, persoalan kajian, skop kajian dan kepentingan kajian tentang syarikat Diem Bakery. Bab yang seterusnya iaitu bab kedua membincangkan tentang kaedah penyelidikan yang digunakan dalam kajian ini seperti maklumat produk, proses pembangunan produk, pembaharuan produk dan kaedah kajian. Bab yang ketiga membincangkan mengenai analisis situasi yang melibatkan analisis dapatan kajian peringkat pertama dan analisis dapatan kajian kedua. Seterusnya ialah analisis kewangan untuk projek yang dihasilkan, diikuti dengan impak produk dan diakhiri dengan aspek pengkomersialan. Akhir sekali, bab keempat merangkumi kesimpulan dari keseluruhan projek dan cadangan serta penambahbaikan yang dilakukan oleh pengkaji.

RUJUKAN

<http://encomas.com/tag/diem-bakery/>

<https://www.facebook.com/diembakeryalorsetar/>

<https://cumaps.net/en/MY/diem-bakery-p104295>

Ika Nur Indah dan Lies Yulianto (2011)

<http://www.ijns.org/journal/index.php/speed/article/view/1155>

Muhammad Irfan Nasution, Muhammad Andi Prayogi dan Satria Mirsya Affandy Nasution (2017) <http://proceeding.unisba.ac.id/index.php/sosial/article/view/803>

Denok Wahyudi Setyo Rahayu (2019)

<http://repository.unisbablitar.ac.id/80/1/Artikel%202019%20vol%2012%20no%201.pdf>

Cut Devi Maulidasari dan Damrus (2021) <http://journal.uin->

[alauddin.ac.id/index.php/Al-Khitabah/article/viewFile/2623/2473](http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/Al-Khitabah/article/viewFile/2623/2473)

Anggit Yoebrilanti (2018) <https://e->

[jurnal.lppmunsera.org/index.php/JM/article/download/660/648](https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/JM/article/download/660/648)

Ahmad Baharuddin Abdullah, Norhamimi Razali dan Zaidi Mohd Ripin (2004) <https://core.ac.uk/download/11784147.pdf>

Nurulhuda Bt Ramli, Chai Siew Fun dan Fazli Idris (2009)

<http://journalarticle.ukm.my/1779/1/jp28-02-1.pdf>

Heni Rohaeni dan Nisa Marwa (2018)

<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/4503> Afina dan

Yulia Hastuti (2018) <https://ejurnalunsam.id/index.php/jseb/article/download/458/915>

Martina Rahmawati Masitoh, Khairul IKhsan dan Ade Sahrani (2020) <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/JEV/article/download/2999/1596>

Thara Wong Woharn (2010) <http://journalarticle.ukm.my/795/1/3.2010-2-tara%26yusof-melayu-1.pdf>

Ainon Mohd (2004) <https://pts.com.my/berita/memilih-lokasi-dan-tapak-perniagaan>

Nurul Indrati (2014) <https://jurnal.ugm.ac.id/gamaijb/article/download/5543/4514>

Sandra Fitriyani (2015)

<https://ejournal.unib.ac.id/index.php/Insight/article/download/7437/pdf>

Eze,Felix John (2015)

<https://pdfs.semanticscholar.org/4717/a4d8aa62abb4c917f868783c421a1d86913b.pdf>

>

LAMPIRAN

BORANG KAJIAN KEPERLUAN PRODUK

BAHAGIAN A

NAMA:

JANTINA:

UMUR:

PEKERJAAN:

BAHAGIAN B : LATAR BELAKANG PRODUK YANG DI PROMOSI

Nama produk yang digunakan sekarang : harumango preserve

Lokasi produk strategik :

Harga produk lebih murah dari syarikat lain

Pengurusan bayaran yang sistematik

Waktu operasi kedai yang sistematik

Layanan yang baik dalam website syarikat

BAHAGIAN C: PENAMBAIKKAN

Apakah cadangan penambahbaikan	
--------------------------------	--

