

**KAJIAN TERHADAP PENERIMAAN FOOD TERUCK DALAM
KALANGAN ORANG AWAM DI SEKITAR GEORGETOWN**

10DLS13F2002	KHAIRUNNISA BINTI MAMAT
10DLS13F2040	AMMIERUL BIN AHMAD
10DLS13F2046	MOHD ASHRAF BIN MOHD NASRI
10DLS13F2068	FARAH MIRA BINTI MUHAMAD
10DLS13F2076	NORSYAHIRAH BINTI OTHMAN
10DLS13F2080	GEVANRAJ A/L BALACHANDRAN

**LAPORAN INI DIKEMUKAKAN UNTUK MEMENUHI
SEBAHAGIAN DARIPADA SYARAT MEMPEROLEH
DIPLOMA LOGISTIK DAN RANGKAIAN BEKALAN**

JABATAN PERDAGANGAN

POLITEKNIK SEBERANG PERAI

JUN 2016

PENGESAHAN LAPORAN PROJEK

Laporan projek bertajuk “KAJIAN TERHADAP PENERIMAAN FOOD TRUCK DALAM KALANGAN ORANG AWAM DI SEKITAR GEORGETOWN” ini telah dikemukakan, disemak serta disahkan sebagai memenuhi syarat dan keperluan penulisan projek seperti yang telah ditetapkan.

Disemak oleh:

Nama penyelia : Mr Goh Wei Siang

Tandatangan penyelia :

Tarikh :

Disahkan oleh:

Nama pensyarah kursus : Puan Isratun Binti Idris

Tandatangan pensyarah kursus :

Tarikh :

PENGAKUAN

Saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya.

1. Tandatangan :
Nama : KHAIRUNNISA BINTI MAMAT
No. Pend : 10DLS13F2002
Tarikh :
2. Tandatangan :
Nama : AMMIERUL BIN AHMAD
No. Pend : 10DLS13F2040
Tarikh :
3. Tandatangan :
Nama : MOHD ASHRAF BIN MOHD NASRI
No. Pend : 10DLS13F2046
Tarikh :
4. Tandatangan :
Nama : FARAH MIRA BINTI MUHAMAD
No. Pend : 10DLS13F2068
Tarikh :
5. Tandatangan :
Nama : NORSYAHIRAH BINTI OTHMAN
No. Pend : 10DLS13F2076
Tarikh :

6. Tandatangan :

Nama

: GEVANRAJ A/L BALACHANDRAN

No. Pend

: 10JLS13F2008

Tarikh :

PENGHARGAAN

Alhamdulillah syukur kehadiran illahi kerana berkat dan nikmat serta kurniaan dari-Nya, akhirnya dapat juga kami menyiapkan laporan penuh mengenai projek dari hasil kajian kami iaitu kajian tentang penerimaan Food Truck dalam kalangan orang awam disekitar Georgetown. Di dalam menyiapkan laporan ini terlalu banyak dugaan dan cabaran yang terpaksa kami lalui, tapi semua itu akan dijadikan sebagai satu pengajaran dan pengalaman yang paling berharga kerana penat lelah kami akhirnya berbaloi apabila laporan ini akhirnya berjaya disiapkan dengan sempurna dan jayanya.

Ucapan setinggi-tinggi penghargaan dan jutaan terima kasih yang tidak terhingga kepada pensyarah kursus kami iaitu Puan Isratun Binti Idris kerana memberi pertunjuk untuk menyiapkan setiap bab dalam kajian ini. Tidak lupa juga kepada pensyarah penyelia kami iaitu Mr Goh Wei Siang kerana sudi meluangkan masa untuk membantu kami menyelesaikan masalah yang dihadapi.

Selain itu, segala penghargaan untuk semua pensyarah Politeknik Seberang Perai kerana sudi memberi tunjuk ajar kepada kami mengenai kajian ini. Ucapan ini di tunjukkan kepada kedua-dua ibubapa kami kerana banyak menyokong dan membantu kami dari segi kewangan, semangat dan mora. Tidak lupa juga kepada mereka yang terlibat secara langsung mahupun tidak langsung dalam membantu kami menyiapkan laporan ini dengan jayanya.

Sekian, wassalam.

ABSTRAK

Pengangkutan memainkan peranan yang penting dalam sistem pengangkutan. Pengangkutan seperti *Food Truck* ini bukan satu benda yang baru dalam dunia perniagaan trak makanan. Kajian ini dimulakan dengan mengenal pasti faktor – faktor yang mempengaruhi pilihan pembeli terhadap perkhidmatan *Food Truck*. Pembolehubah mempengaruhi pilihan pembeli terhadap perkhidmatan *Food Truck* termasuk faktor masa, faktor harga dan faktor promosi. Bagi mencapai objektif kajian, seramai 100 responden yang terdiri daripada pelbagai lapisan masyarakat yang menjadi pelanggan *Food Truck* disekitar Georgetown. Metodologi yang digunakan untuk mengkaji faktor yang mempengaruhi pemilihan ini adalah kaedah tinjauan dengan mengedarkan soalan soal selidik kepada responden yang dipilih secara rawak. Hasil dapatan kajian diproses menggunakan sistem SPSS (*Statistical Package for Special Science*) versi 20.0. Dapatan kajian menunjukkan bahawa faktor masa menjadi faktor utama dalam penerimaan pelanggan kepada penerimaan *Food Truck* dalam kalangan orang awam di sekitar Georgetown, diikuti oleh faktor harga dan faktor promosi.

ABSTRACT

Transport plays an important role in the transport system. Food Truck is not a new thing in the business world. This research is to study the Food Truck acceptance among the public around Georgetown. This research was initiated by identifying the factors that influencing customers' choice towards the Food Truck services. Variables influenced customers' choice towards Food Truck services included time factor, price factor and promotional factor. To achieve the objectives of this research, a total of 100 respondents from all types of nation who became Food Truck customers around Georgetown. The methodology that been used to study the factors that influence this selection is a survey method by distributing questionnaires to the respondents that being selected randomly. The findings were processed by using SPSS (Statistical Package for Special Science) version 20.0. The results showed that the time factor is a main factor in customer acceptance to the Food Truck acceptance among the public around Georgetown, followed by price and promotional factors.

KANDUNGAN

KANDUNGAN

MUKA SURAT

PENGESAHAN LAPORAN PROJEK	i
PENGAKUAN	ii
PENGHARGAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACK	vi
KANDUNGAN	vii
SENARAI JADUAL	x
SENARAI RAJAH	xii

BAB 1 PENGENALAN

1.1 Latar belakang masalah	3
1.2 Pemyataan masalah	6
1.3 Objektif kajian	7
1.4 Persoalan kajian	8
1.5 Skop kajian	8
1.6 Kepentingan kajian	8

1.6.1	Kepentingan terhadap peniaga Food Truck	9
1.6.2	Kepentingan terhadap pengguna	9
1.6.3	Kepentingan terhadap pengkaji akan datang	10
1.7	Definisi Operasional	10
1.7.1	Penerimaan	10
1.7.2	Food Truck (Trak Makanan)	10
1.7.3	Masa	11
1.7.4	Harga	11
1.7.5	Promosi	11
1.8	Limitasi Kajian	12
1.8.1	Batasan dalam menyiapkan kajian dalam masa yang singkat	12
1.8.2	Batasan dalam mendapatkan maklumbalas daripada responden mengikut skop	11

BAB 2 SOROTAN KAJIAN

2.1	Pengenalan	13
2.2	Faktor masa	14
2.3	Faktor harga	15
2.4	Faktor promosi	17
2.5	Kesimpulan	18

BAB 3 METODOLOGI

3.1	Pengenalan	19
3.2	Reka bentuk kajian	20
3.3	Teknik pengumpulan data	21
	3.3.1 Data Primer	21
	3.3.2 Data Skunder	22
3.4	Populasi dan sampel	22
3.5	Instrumen Kajian	23
	3.5.1 Borang soal selidik	24
	3.5.2 Bahagian A	24
	3.5.3 Bahagian B	25

3.6	Sumber analisis data	26
3.6.1	Analisis kajian	26
3.6.2	Analisis kekerapan	27
3.6.3	Analisis Min	27
3.7	Kesimpulan	27

BAB 4 DAPATAN KAJIAN

4.1	Pendahuluan	28
4.2	Analisis data	29
4.2.1	Data analisis ujian kebolehpercayaan	30
4.2.1.1	Analisis kajian rintis	30
4.2.1.2	Analisis kebolehpercayaan	31
4.3	Dapatan kajian	32
4.3.1	Bahagian A: Latar belakang responden	32
4.3.1.1	Peratusan responden berdasarkan jantina	33
4.3.1.2	Peratusan responden berdasarkan umur	34
4.3.1.3	Peratusan responden berdasarkan bangsa	35
4.3.2	Bahagian B: Mengkaji faktor penerimaan Food Truck dalam kalangan orang awam di sekitar Georgetown.	36

BAB 5

PERBINCANGAN, CADANGAN DAN KESIMPULAN

5.1	Pendahuluan	45
5.2	Latar belakang responden	46
5.3	Perbincangan	46
5.3.1	Perbincangan berkaitan faktor masa	47
5.3.2	Perbincangan berkaitan faktor harga	48
5.3.3	Perbincangan berkaitan faktor promosi	49
5.4	Implikasi Kajian	50
5.5	Cadangan	52
5.5.1	Peniaga Food Truck	52
5.5.2	Pelanggan	53
5.5.3	Faktor-faktor lain	53
5.5.4	Pengkaji akan datang	53
5.6	Kesimpulan	54

SENARAI JADUAL

No. Jadual		Halaman
3.1	Skala Likert	25
4.2.1.2	Analisis kebolehpercayaan data	32
4.2	Skala min skor	36
4.3	Analisa ke atas faktor pertama : faktor masa	37
4.4	Analisa ke atas faktor kedua : faktor harga	39
4.5	Analisa ke atas faktor ketiga : faktor promosi	42

SENARAI RAJAH

No Rajah		Halaman
4.3.1.1	Peratusan responden berdasarkan jantina	33
4.3.1.2	Peratusan responden berdasarkan umur	34
4.3.1.3	Peratusan responden berdasarkan bangsa	35
4.4	Min skor purata	36

BAB 1

Pengenalan

Pada masa kini, pengangkutan boleh didefinisikan sebagai suatu konsep cara pemindahan daripada suatu tempat ke tempat yang lain (Kamus Dewan Bahasa dan Pustaka, 2007). Pengangkutan terbahagi kepada beberapa jenis iaitu pengangkutan melalui jalan darat, pengangkutan melalui jalan air dan pengangkutan melalui jalan udara.

Menurut Katiman Rostam (2002), pengangkutan dapat diertikan sebagai suatu cara memindahkan barangan atau penumpang. Konsep pengangkutan boleh dikaitkan dengan nilai wang sekiranya ia digunakan bagi menjelaskan kos dan ia juga boleh dikaitkan dengan ruang jika ia digunakan bagi menjelaskan aspek lokasi. Pengangkutan

mempunyai sistem yang tersendiri dan terdapat ciri dan pengaruh yang berbeza ke atas setiap kegiatan ekonomi penduduk. Sistem pengangkutan tersebut ialah sistem kereta api, jalan air, jalan raya atau kereta motor, pengangkutan jalan udara, saluran paip dan kaedah pengangkutan yang lain seperti hovercraft.

Food Truck adalah sebuah jenis usaha penyedia atau perniagaan penjualan makanan dan minuman di dalam sebuah kenderaan besar. Sejarah konsep *Food Truck* tersebut pertama kali dikenalkan pada perang saudara tahun 1800an pada kalangan penggembala sapi di Texas.

Amerika Syarikat sebagai negara pencetus konsep *Food Truck*, memiliki sekitar tiga juta *Food Truck* yang beroperasi. Hidangan yang disajikan mulai dari sosej, camilan, hidangan Tiongkok, hingga Meksiko. Disebabkan itu, *Food Truck* menjadi trend sehingga ke benua Asia.

Mengikuti trend kota-kota besar di dunia, peluang perniagaan *Food Truck*, di Jakarta kelihatan cukup membanggakan. Buktinya, di beberapa sudut tempat keramaian di Jakarta, sudah muncul 'Food Truck' yang menjual pelbagai makanan dan minuman.

Sebuah trak makanan adalah kenderaan besar yang dilengkapi untuk memasak dan menjual makanan ianya termasuk trak aiskrim, menjual makanan beku. Selain itu, *Food Truck* juga memiliki on-board dapur dan ia juga dapat menyiapkan makanan dengan segera. Perniagaan *Food Truck* juga menjual makanan seperti sandwich, hamburger, kentang goreng. Dalam beberapa tahun terakhir dalam perniagaan *Food Truck* ia menawarkan masakan gourmet dan berbagai spesialisasi dan menu etnis, telah menjadi sangat popular, trak makanan, bersama dengan kiosk makanan dan gerabak makanan

portabel, berada di garis depan industri makanan jalan yang melayani 2.5 juta orang setiap hari.

Bagi pengusaha pula ia adalah satu konsep yang menyenangkan dan tidak memerlukan premis untuk disewa hanya di dalam trak sahaja. Selain itu, *Food Truck* juga boleh berpindah-randah bila-bila masa dan mencari lokasi yang menarik dan terbaik untuk perniagaan mereka. Cuma ia terhad kepada makanan yang segera untuk disediakan dan tidak boleh menyediakan banyak menu makanan kerana hanya tertumpu pada makanan yang mudah untuk disediakan dan atas permintaan pelanggan.

Kesimpulannya, *Food Truck* menjadi tumpuan orang ramai yang inginkan sesuatu keunikan dan kelainan pada trend yang terkini. Selain itu, ia mudah untuk diketahui dan boleh didapati dalam kawasan yang disediakan. Semakin hari semakin banyak perniagaan *Food Truck* di Malaysia dan ia mendapat sambutan yang mengalakkan.

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Pengangkutan secara langsung ataupun tidak langsung mempengaruhi masalah sosial ekonomi sesebuah negara. Pengangkutan yang teratur dan sempurna akan memudahkan segala masalah orang awam dan masalah ekonomi. Pada masa kini, terdapat pelbagai jenis *Food Truck* yang disediakan kepada para pembeli untuk membeli makanan dan minuman di mana-mana sahaja. Perniagaan trak makanan semakin mendapat tempat di seluruh dunia. Konsep menjual makanan dan minuman menggunakan trak adalah unik kerana lain daripada konsep perniagaan makanan sedia ada. Antara contoh makanan dan minuman yang dijual di *Food Truck* ialah burger, wafer, kopi, aiskrim dan nasi berlauk.

Tujuan utama *Food Truck* ditubuhkan ialah untuk menyediakan perkhidmatan menjual makanan dan minuman yang mampu dibeli oleh semua lapisan penduduk. Justeru itu, tempat yang berdekatan, harga yang murah dan promosi yang dibuat menarik menjadi pilihan utama peniaga lain untuk menjual makanan dan minuman menggunakan *Food Truck*.

Dalam kajian ini, para pengkaji akan membuat kajian terhadap penerimaan *Food Truck* dalam kalangan orang awam di sekitar Georgetown. Dalam kajian ini, antara faktor utama yang diambil kira oleh orang awam di sekitar Georgetown ialah faktor masa. Para pengkaji dapat mengenalpasti bahawa faktor masa perlu dititikberatkan. Jika wujudnya *Food Truck* di dalam kawasan Georgetown, orang awam di sekitar Georgetown dapat menjimatkan masa seperti tidak perlu ke kawasan lain yang mempunyai *Food Truck* juga.

Di dalam akhbar Sinar Harian, pada 30 Mac 2016, menurut Ahli Majlis Bandaraya Pulau Pinang (MBPP), A Kumaresan mencadangkan agar pihak kerajaan negeri mengazetkan satu kawasan untuk peniaga *Food Truck* menjalankan perniagaan mereka. Ini menjelaskan bahawa masa turut mempengaruhi kehidupan harian orang awam di sekitar Georgetown yang menjadikan *Food Truck* sebagai tempat yang mudah untuk mendapatkan makanan dan minuman. Selain itu, dengan mengazetkan satu kawasan khas bagi *Food Truck* akan menjimatkan masa orang awam di Georgetown. Oleh yang demikian, kewujudan *Food Truck* di Georgetown mampu menjimatkan masa orang awam Georgetown.

Faktor yang seterusnya ialah berkaitan harga makanan dan minuman apabila penduduk membeli makanan dan minuman. Harga makanan dan minuman di *Food Truck* ternyata lebih murah berbanding di premis minuman kerana premis dikenakan sewa tapak yang tinggi berbanding *Food Truck* yang tidak dikenakan sewa tapak. Ini dapat dibuktikan di dalam akhbar Sinar Harian pada 10 Jun 2015, Peniaga *Food Truck* Dr Mark

Rony Burger Grilled (Dr Mark Rony), Rony Hassan menyatakan sudah berniaga tiga tahun lalu sehingga sekarang harga burger masih lagi kekal sama di mana untuk burger daging dengan patty seberat 120 gram hanya RM 7.50 dan RM 10 bagi set bersama kentang goreng. Ini dapat dijelaskan bahawa faktor harga makanan dan minuman di *Food Truck* lebih murah berbanding di premis atas sebab sewa tapak yang tinggi di premis.

Selain itu, harga makanan dan minuman juga dilihat dari aspek kualiti dan kuantiti minuman yang dibeli. Penyediaan makanan dan minuman yang lebih teratur dan bersih akan diberi pilihan yang utama. Pihak Berkuasa Tempatan (PBT) juga harus menjalankan tanggungjawab dengan cara memantau harga makanan dan minuman yang dijual di *Food Truck*.

Selain daripada faktor masa dan harga, para peniaga juga menghadapi masalah untuk mempromosikan makanan dan minuman yang dijual di *Food Truck*. Hal ini kerana, para peniaga tidak dapat sokongan daripada Pihak Berkuasa Tempatan (PBT) untuk mempromosikan makanan dan minuman yang dijual oleh para peniaga. Selain itu, Pihak Berkuasa Tempatan (PBT) juga jarang sekali menganjurkan Food Festival bagi menggalakkan para peniaga mempromosikan makanan dan minuman mereka dan penduduk juga tidak tertarik untuk membeli makanan dan minuman yang dijual di *Food Truck* atas dasar kurangnya promosi oleh para peniaga. Dengan adanya *Food Festival* ia mampu membuat penduduk tertarik untuk membeli makanan dan minuman di *Food Truck*.

Masalah kurangnya promosi diadakan memberi impak yang negatif kepada peniaga *Food Truck*, terutamanya apabila kurangnya pembeli yang datang mengunjungi tapak perniagaan *Food Truck*. Menurut Chef Selebriti, Karl Shafek, dalam akhbar *Selangor Kini*, 12-19 Jun 2015, menyatakan dengan adanya *Food Festival*, ia juga memberi pendedahan berkenaan makanan, vendor juga ada ruang mempromosi produk.

Sementara itu, Pemilik Bob Republic Burger Bakar, Mohd Najib Halimi menyatakan ia landasan baik untuk memperkenalkan produk yang sudah empat tahun di pasaran dan ada sembilan cawangan termasuk Melaka dan Pahang. Ini dapat dijelaskan bahawa promosi perlu diadakan selalu bagi menarik minat penduduk untuk mengunjungi *Food Truck* selalu. Rentetan daripada pernyataan ini membuktikan bahawa faktor promosi merupakan faktor yang penting terutamanya dalam perniagaan yang memerlukan promosi diadakan selalu.

Kesimpulannya, penerimaan *Food Truck* di kalangan orang awam di sekitar Georgetown merupakan salah satu inisiatif untuk memudahkan penduduk membeli makanan dan minuman di Georgetown terutamanya yang suka pada kelainan dan sentiasa ingin cepat dalam aktiviti harian mereka.

1.2 PENYATAAN MASALAH

Walaupun terdapat pelbagai masalah seperti kewujudan *Good and Services Tax* (GST), kenaikan harga barangan dan persaingan yang tinggi. Akibat kenaikan cukai para peniaga mengambil inisiatif untuk meningkatkan harga makanan dan itu menyebabkan kekurangan pelanggan yang datang. Selain itu, terdapat banyak persaingan dalam perniagaan makanan dan cukai yang dikenakan semakin tinggi pada premis perniagaan maka ramai peniaga tidak mampu bertahan lama dalam bidang perniagaan. Namun, peniaga-peniaga makanan di Malaysia terus meningkat dan tumbuh seperti cendawan.

Di dalam kajian ini, terdapat beberapa isu yang berkaitan dengan kewujudan *Food Truck* dalam kalangan orang awam di sekitar Georgetown. Kajian ini menunjukkan bahawa penerimaan ini dipengaruhi oleh pelbagai faktor antaranya ialah faktor masa,

harga dan promosi. Faktor masa memainkan peranan penting terhadap penerimaan *Food Truck* dalam kalangan orang awam di sekitar Georgetown sebagai medan makanan yang boleh didapati di sekitar Georgetown.

Menurut Rony Hassan (peniaga Food Truck Dr Mark Rony Burger Grilled) “Saya mula berniaga menggunakan trak pada 2012, memandangkan ia memudahkan kami untuk bergerak ke mana sahaja tempat strategik berniaga selain tidak perlu membayar sewa kedai yang mahal”. Tambahnya lagi, “kewujudan” *Food Truck* yang makin banyak tidak menjejaskan perniagaannya, malah perniagaannya bertambah”. Oleh itu, pengkaji menjalankan kajian bagi mengkaji penerimaan *Food Truck* dalam kalangan penduduk di sekitar Georgetown.

1.3 OBJEKTIF KAJIAN

- 1.3.1 Menenalpasti faktor masa yang mempengaruhi penerimaan *Food Truck* dalam kalangan orang awam di sekitar Georgetown, Pulau Pinang.
- 1.3.2 Menenalpasti faktor harga yang mempengaruhi penerimaan *Food Truck* dalam kalangan orang awam di sekitar Georgetown, Pulau Pinang.
- 1.3.3 Menenalpasti faktor promosi yang mempengaruhi penerimaan *Food Truck* dalam kalangan orang awam di sekitar Georgetown, Pulau Pinang.

1.4 PERSOALAN KAJIAN

- 1.4.1 Adakah faktor masa yang mempengaruhi penerimaan *Food Truck* dalam kalangan orang awam di sekitar Georgetown, Pulau Pinang?
- 1.4.2 Adakah faktor harga yang mempengaruhi penerimaan *Food Truck* dalam kalangan orang awam di sekitar Georgetown, Pulau Pinang?
- 1.4.3 Adakah faktor promosi yang mempengaruhi penerimaan *Food Truck* dalam kalangan orang awam di sekitar Georgetown, Pulau Pinang?

1.5 SKOP KAJIAN

Pengkaji telah memilih untuk membuat kajian terhadap penerimaan *Food Truck* dalam kalangan orang awam di sekitar Georgetown dari segi faktor masa, faktor harga dan faktor promosi. Di dalam kajian ini, skop kajian ini mengkaji terhadap penerimaan *Food Truck*, dalam kalangan orang awam di sekitar Georgetown. Seramai 100 orang yang akan dipilih daripada kalangan orang awam di sekitar Georgetown sebagai responden dalam kajian ini.

1.6 KEPENTINGAN KAJIAN

Dalam era globalisasi kini, *Food Truck* telah menjadi suatu tarikan kepada rakyat masyarakat di Malaysia. Sehubungan dengan itu, ia telah mendorong kami membuat kajian tentang penerimaan *Food Truck* dalam kalangan penduduk di sekitar Georgetown.

Di antaranya yang berkaitan ialah faktor masa, faktor harga dan juga faktor promosi yang diberikan kepada pengguna. Dengan adanya kajian ini, dapatlah mengetahui faktor harga yang ditawarkan atau diberikan oleh *Food Truck* kepada pengguna.

1.6.1 KEPENTINGAN TERHADAP PENIAGA FOOD TRUCK

Kajian ini penting kerana boleh membantu peniaga *Food Truck* untuk mempertingkatkan lagi jualan mereka. Dengan itu, peniaga juga dapat mengetahui kelemahan-kelemahan yang harus diperbaiki dan penambahan jenis minuman mengikut permintaan pelanggan untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Ini juga menunjukkan bahawa ia boleh menjamin masa depan peniaga *Food Truck* supaya lebih maju sekaligus dalam bersaing dengan peniaga yang lain.

1.6.2 KEPENTINGAN TERHADAP PENGGUNA

Kajian ini penting sebagai rujukan kepada pengguna atau pembeli *Food Truck* untuk menilai sejauh mana harga yang diberikan oleh peniaga kepada pembeli sama ada berpatutan atau tidak dan pengguna harus membuat keputusan yang bijak untuk membeli minuman yang ditawarkan oleh peniaga.

1.6.3 KEPENTINGAN TERHADAP PENKAKI AKAN DATANG

Kajian ini penting sebagai rujukan kepada pengkaji akan datang boleh menjadikan laporan ini sebagai rujukan terhadap kajian mereka.

1.7 DEFINISI OPERASIONAL

a) Penerimaan

Hal atau perbuatan menerima. Proses menerima secara formal perkhidmatan atau sistem komputer yang baru diperoleh dan sudah dipasang serta diuji oleh pembekal di tempat kerja pelanggan selepas ujian penerimaan dijalankan oleh pelanggan.

b) Food Truck (Trak Makanan)

Dalam konteks kajian ini, *Food Truck* bermaksud sebuah trak makanan atau kenderaan yang besar dilengkapi untuk memasak dan menjual makanan. Selain itu, ia juga termasuk trak ais krim, menjual makanan beku atau yang telah siap dibungkus. Ada sesetengah *Food Truck* mempunyai dapur dan menyediakan makanan bila mempunyai pesanan.

c) **Masa**

Menurut Kamus Besar Bahasa Melayu, masa bermaksud seluruh rangkaian waktu ketika proses, perbuatan atau keadaan berada atau berlangsung.

d) **Harga**

Menurut Kamus Dewan Edisi Keempat, mendefinisikan harga adalah nilai sesuatu barang dengan (kiraan) wang. Dalam konteks kajian ini, harga merujuk kepada kepuasan pelanggan terhadap penetapan harga makanan yang ditawarkan oleh setiap pemilik *Food Truck*.

e) **Promosi**

Menurut Kamus Dewan Edisi Keempat, promosi ialah segala usaha dan kegiatan untuk menggalakkan atau mempertingkatkan jualan barang. Dalam konteks kajian ini promosi boleh dikaitkan dengan pendekatan yang diambil oleh pemilik *Food Truck* untuk memperkenalkan produk makanan yang ditawarkan.

1.8 LIMITASI KAJIAN

1.8.1 Batasan dalam menyiapkan kajian dalam masa yang singkat.

Kajian tidak boleh dilakukan secara menyeluruh disebabkan tempoh masa yang terhad dan perlu mengambil masa yang panjang dalam menyiapkan kesimpulan kajian kerana pengkaji perlu mencari maklumat yang sahih.

1.8.2 Batasan dalam mendapatkan maklumbalas daripada responden mengikut skop.

Maklum balas dalam soal selidik kajian adalah amat penting dan berguna kepada para pengkaji untuk mendapatkan maklumat yang tepat dan berguna dan dapatan kajian bergantung kepada keupayaan responden menggunakan persepsi, pemahaman dan pengetahuan mereka tentang perkara yang dikaji dan ketepatan hasil kajian juga bergantung kepada kejujuran responden dalam menjawab soalan-soalan yang dikemukakan di dalam borang soal selidik.

BAB 2

SOROTAN KAJIAN

2.1 PENGENALAN

Dalam sorotan kajian ini, pengkaji akan membincangkan karya-karya penyelidikan yang telah dilakukan sebagai rujukan di mana setiap aspek yang berkaitan adalah berdasarkan dari sumber keratan akhbar, majalah, buku serta kajian terdahulu. Bab ini membincangkan mengenai faktor masa, faktor harga dan faktor promosi yang mempengaruhi penerimaan *Food Truck* dalam kalangan orang awam di sekitar Georgetown, Pulau Pinang.

Michael J. Bruton (1995), berpendapat bahawa pengangkutan penting untuk sesebuah masyarakat berfungsi. Ia mempengaruhi lokasi dan berbagai-bagai aktiviti produktif dan masa lapang, ia mempunyai kesan ke atas lokasi tempat tinggal, ia mempengaruhi kepelbagaian dan pembekalan barangan dan perkhidmatan yang tersedia untuk digunakan.

2.2 FAKTOR MASA

Pengurusan masa adalah kemampuan untuk merancang dan mengawal penggunaan masa kita dalam sehari dengan cara yang efektif untuk mencapai matlamat kita. Penggunaan masa yang efektif merujuk kepada bagaimana kita merancang masa itu dengan lebih berkesan dan mendatangkan keuntungan kepada kita. Sebagai seorang pelajar, matlamat kita untuk belajar dan berjuang adalah menjurus kepada matlamat sebenar kita untuk berjaya dalam bidang pendidikan kerana pada pandangan kita pendidikan sahaja yang boleh mengubah taraf hidup kita menjadi lebih baik daripada yang sebelumnya. Untuk itu, pelbagai cara dan pelbagai kaedah harus disusun dan dirancang untuk membawa kita kepada matlamat tersebut. Pengurusan masa ini semestinya mempunyai agenda yang tersendiri dalam mencapai kemajuan diri pada masa akan datang kepada peniaga.

Waktu adalah sebahagian daripada sistem pengukuran yang digunakan untuk acara urutan, membandingkan tempoh peristiwa dan selang antara mereka dan mengukur tahap perubahan seperti gerakan objek. Masa telah menjadi subjek utama agama, falsafah dan sains, tetapi mendefinisikannya dengan cara yang tidak memberi kontroversi yang berguna untuk semua bidang membaca secara konsisten bagi mengelakkan ulama besar. Waktu adalah salah satu quantiti fisika asasi dalam Sistem Antarabangsa Unit. Waktu digunakan untuk menentukan kuantiti lain seperti kelajuan.

Selain itu, menurut Datuk Abd. Syed Latiff, Pengerusi Jawatankuasa Perumahan dan Kerajaan Tempatan, dari kenyataan akhbar Utusan Malaysia Online (10 MAC 2015) menyatakan bahawa kerajaan negeri juga sedang mengenalpasti tapak dan lokasi yang sesuai bagi menempatkan masa yang terhad supaya peniaga *Food Truck* tersebut menjalankan perniagaan tanpa sebarang masalah kepada pelanggan yang mengunjungi.

2.3 FAKTOR HARGA

Harga merupakan satu nilai atau bayaran yang dikenakan ke atas suatu pembelian barangan atau perkhidmatan. Harga belian bergantung kepada penawaran dan permintaan. Hukum penawaran menyatakan apabila harga meningkat, kualiti penawaran akan meningkat. Secara kesimpulannya penurunan harga akan meningkatkan permintaan dan kualiti penawaran begitulah sebaliknya. Ini disokong oleh Noresah Baharum (1997), harga itu adalah satu natijah ataupun satu akibat daripada daya tarikan atau permintaan.

Dalam menyediakan perkhidmatan, harga memainkan peranan utama kerana harga adalah faktor utama pengguna menggunakan perkhidmatan tersebut. Faktor seperti kualiti promosi adalah faktor sampingan selepas harga. Jika faktor bukan harga jadi penentu maka faktor sampingan itu akan menjadi penentu, akhirnya pelanggan akan mencari perkhidmatan yang akan memberikan mereka tahap yang terbaik dari segi faedah yang diterima untuk harga yang dibayar.

Menurut Siti Rohani Yahya (1988), harga ialah sesuatu barang atau perkhidmatan yang diukur dengan wang. Dalam erti kata yang lain konsep ini juga bermaksud kadar

pertukaran. Mengikut teori bagi pembeli yang rasional, harga adalah sama dengan nilai faedah iaitu kepuasan pengguna yang didapati daripada barangan atau perkhidmatan.

Menurut hukum ekonomi, Zaki Zakariah (2006) harga yang merupakan elemen utama dengan menentukan jenis barang yang hendak dibeli. Kenaikan harga barang menyebabkan pengguna akan membeli barang yang lebih murah dan pengguna akan membeli lebih sekiranya harga turun dengan ini kuasa membeli menurun.

Menurut Juhari Ali (2006) iaitu dalam hubungan keluaran dengan kualiti, biasanya pembeli akan memberi penilaian tentang kualiti sesuatu barangan berdasarkan harga barangan tersebut. Ini kerana tidak ada cara lain bagi nilai kualiti secara terus. Pada tanggapan pertama, harga yang mahal mempunyai kualiti berbanding yang murah dalam menilai.

Terdapat perbezaan harga antara harga di kedai atau di *Food Truck*, yang menyebabkan pengguna akan memilih harga yang lebih murah. Perbezaan yang dikatakan itu seperti harga minuman di Starbuck yang bermula dari harga RM 11.15 untuk bekas yang kecil dan manakala untuk bekas besar RM 13.25. Berbanding dengan harga minuman di *Food Truck* yang RM 5 untuk bekas kecil dan RM 8 untuk bekas besar.

Kesimpulannya, pengkaji ini mengkaji tentang perbezaan harga *Food Truck* yang dikenakan kepada pelanggan oleh peniaga *Food Truck* ini adalah berpatutan berdasarkan mutu kualiti yang ditawarkan memandangkan aspek harga ini menjadi salah satu faktor dalam kajian ini

2.4 FAKTOR PROMOSI

Menurut Bruce J.W (1991), promosi merupakan usaha-usaha yang dijalankan oleh pihak pengeluar untuk mewujudkan satu saluran maklumat bertujuan untuk menjual sesuatu keluaran. Ia juga boleh dikaitkan dengan elemen di dalam pasaran campuran. Campuran promosi terdiri daripada gabungan :

1. Pengiklanan
2. Penjualan peribadi
3. Promosi jualan
4. Perhubungan awam
5. Pemasaran langsung
6. Publisiti

Promosi adalah penting untuk memujuk dan memberi keyakinan kepada pelanggan tentang kelebihan keluaran dan perkhidmatan yang ditawarkan. Ia juga berperanan menyampaikan maklumat kepada pelanggan untuk mempengaruhi kelakuan dan tanggapan pengguna terhadap keluaran perkhidmatan yang ditawarkan dalam membangunkan dan meluaskan lagi peranan promosi perniagaan.

Selain faktor masa dan harga, promosi juga merupakan salah satu faktor yang mendorong kepada orang awam untuk memilih *Food Truck* sebagai medan minuman yang mudah diperolehi. Merujuk kepada Simamora (2003), promosi adalah segala bentuk komunikasi yang digunakan untuk memberi informasi (to inform), memujuk (to persuade), atau mengingatkan pada orang ramai tentang produk yang dihasilkan oleh organisasi, individu, ataupun isi rumah. Oleh itu, peniaga *Food Truck* menjalankan pelbagai promosi supaya orang awam tertarik dengan promosi yang ditawarkan di samping memberi perkhidmatan terbaik mereka.

Faktor promosi yang menarik dan strategik dapat meningkatkan jumlah pelanggan bagi kalangan orang awam untuk menjadikan *Food Truck* sebagai medan minuman yang mudah diperolehi. Dengan adanya promosi, orang awam dapat mengetahui minuman yang ditawarkan di *Food Truck*.

2.5 KESIMPULAN

Kesimpulannya, kajian terhadap penerimaan *Food Truck* dalam kalangan orang awam di sekitar Georgetown ialah mengikut faktor yang telah dinyatakan iaitu faktor masa, faktor harga dan faktor promosi. Hal ini memberi impak kepada orang ramai yang gemar akan sesuatu kelainan terhadap makanan. Selain itu, *Food Truck* disediakan untuk memberi keunikan kepada orang ramai dan ianya mudah didapati di mana sahaja.

BAB 3

METODOLOGI

3.1 PENGENALAN

Metodologi merupakan salah satu elemen penting dalam memastikan keputusan yang diperolehi daripada kajian adalah tepat dan boleh dipercayai. Bab ini akan merangkumi pelbagai aspek seperti cara-cara untuk mendapatkan data secara sistematik dan teratur. Bagi menghasilkan satu kajian yang bermutu dan terbaik, maklumat dan fakta yang dikaji mestilah lengkap, tepat dan berkesan bagi membuktikan atau menunjukkan bahawa kajian tersebut mempunyai kredibiliti tersendiri yang tinggi dan

dapat dijadikan sebagai sumber rujukan akan datang. Pada akhir kajian ini, hasil yang diperolehi akan dapat memberi sumbangan mengenai kajian terhadap tahap penerimaan *Food Truck* dalam kalangan orang awam di sekitar Georgetown.

Fakta-fakta dan maklumat mengenai kajian yang dijalankan perlulah diperolehi dengan lengkap dan spesifik agar kajian terhadap tahap penerimaan *Food Truck* dalam kalangan orang awam di sekitar Georgetown adalah tepat, sah dan boleh dipercayai.

Secara kesimpulannya, metodologi adalah cara yang digunakan untuk memperoleh kebenaran menggunakan pencarian dengan tatacara tertentu dalam menemukan kesimpulan atau keputusan serta mendapatkan hasil yang baik dan menyokong kajian ini

3.2 REKA BENTUK KAJIAN

Reka bentuk kajian adalah perkara utama yang perlu pengkaji ambil perhatian sebelum sesuatu kajian ini dijalankan untuk menentukan metodologi. Setiap pengkaji menggunakan reka bentuk kajian sebagai satu garis panduan mengenai bagaimana sesuatu kajian itu bermula sehinggalah keputusan diperolehi.

Kajian yang kami sedang laksanakan adalah kuantitatif. Maklum balas yang akan diterima adalah melalui borang kaji selidik dan sesi temuramah untuk mendapatkan sedikit maklumat mengenai kajian terhadap penerimaan *Food Truck* dalam kalangan penduduk di sekitar Georgetown. Selain itu, anggaran jangka masa yang diambil untuk mendapatkan maklum balas adalah singkat.