

**MENGAJI TAHAP KEPUASAN PERUNCIT TERHADAP
PERKHIDMATAN PENGEDARAN PRODUK SYARIKAT ROHAYA
DAN ABU BAKAR DI SEKITAR PULAU PINANG**

10DLS14F1020	NUR ADILAH HANI BINTI MURRSHIDI
10DLS14F1051	NUR ATHIRAH BINTI MOHD FARID
10DLS14F1072	MUHAMMAD FAUZAN BIN AHMAD
10DLS14F1074	AHMAD DANIAL BIN AZHAR
10DLS14F1092	MUHAMMAD DANIEL BIN ENVER SAAD
10JLS14F1002	HEGARUPINEE A/P V.MUNIANDY

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

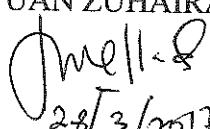
JABATAN PERDAGANGAN

POLITEKNIK SEBERANG PERAI

DISEMBER 2016

PENGESAHAN LAPORAN PROJEK


Laporan projek bertajuk “Mengkaji Tahap Kepuasan Peruncit Terhadap Perkhidmatan Pengedaran Produk Sos Rohaya Dan Abu Bakar Di Sekitar Pulau Pinang” ini telah dikemukakan , disemak serta disertakan sebagai memenuhi syarat dan keperluan penulisan projek seperti yang telah ditetapkan.


Disemak oleh : PUAN ZUHAIKRAH BINTI ABD. HADI
Nama Penyelia : PUAN ZUHAIKRAH BINTI ABD. HADI
Tandatangan Penyelia : 
Tarikh : 28/3/2017


Disahkan oleh : EN AZLI BIN MUHAMMAD
Nama Pensyarah kursus : EN AZLI BIN MUHAMMAD
Tandatangan Pensyarah kursus :
Tarikh :



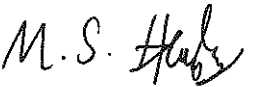
PENGAKUAN

Kami akui karya ini adalah hasil kerja kami sendiri kecuali nukilan yang setiap satunya telah kami jelaskan sumbernya.

1. Tandatangan : 
Nama : NUR ADILAH HANI BINTI MURRSHIDI
No pendaftaran : 10DLS14F1020
Tarikh : 28/3/2017

2. Tandatangan : 
Nama : NUR ATHIRAH BINTI MOHD FARID
No pendaftaran : 10DLS14F1051
Tarikh : 28/3/2017

3. Tandatangan : 
Nama : MUHAMMAD FAUZAN BIN AHMAD
No pendaftaran : 10DLS14F1072
Tarikh : 28/3/2017

4. Tandatangan : 
Nama : AHMAD DANIAL BIN AZHAR
No pendaftaran : 10DLS14F1074
Tarikh : 28/3/2017
5. Tandatangan : 
Nama : MUHAMMAD DANIEL BIN ENVER SAAD
No pendaftaran : 10DLS14F1092
Tarikh : 28/3/2017
6. Tandatangan : 
Nama : HEGARUPINEE A/P V.MUNIANDY
No pendaftaran : 10JLS14F1002
Tarikh : 28/3/2017

PENGHARGAAN

Syukur kehadiran ilahi dengan limpah kurniannya kami telah menyiapkan projek bagi kod DPB6043 (Business Project). Dengan semangat kerjasama dalam kumpulan kami, maka terhasillah sebuah laporan daripada kajian kami selama dua semester.

Pertama sekali, kami merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan jutaan terima kasih kepada pensyarah kursus projek kami, En. Azli Bin Muhammad kerana telah banyak memberi tunjuk ajar cara-cara setiap bab yang perlu dilakukan dan dilaksanakan. Tidak lupa juga kepada penyelia projek kami Puan Zuhairah Binti Abd. Hadi sedikit sebanyak membantu kami, memberi panduan dan tunjuk ajar untuk membuat kajian dan laporan yang baik supaya memperoleh hasil yang sempurna.

Ribuan terima kasih kami ucapkan kepada Politeknik Seberang Perai kerana memberi peluang kepada pelajar semester ini bagi melengkapkan penganugerahan kursus Diploma Pengurusan Logistik Dan Rangkaian Bekalan. Terima kasih juga kepada kedua ibu bapa kami yang memberi semangat dan nasihat berterusan sepanjang projek ini dilaksanakan.

Setinggi-tinggi terima kasih kami ucapkan kepada Syarikat Rohaya & Abu Bakar sdn bhd kerana memberi peluang dan kesempatan kepada kami untuk menjalankan kajian ini. Segala jasa dan layanan baik yang diberikan amat kami hargai. Tidak lupa juga kepada rakan-rakan dan semua pihak yang terlibat dalam menyempurnakan kajian projek ini. Sekian Terima Kasih

ABSTRAK

Projek logistik ini dilaksanakan bagi tujuan untuk mengkaji tahap kepuasan peruncit terhadap perkhidmatan pengedaran produk syarikat Rohaya & Abu Bakar. Selain itu, pengkaji juga melihat faktor-faktor yang berkaitan dengan penghantaran, perundingan dan maklumat produk yang memberi kesan kepada tahap kepuasan peruncit Rohaya & Abu Bakar. Instrumen kajian yang digunakan bagi menjawab objektif kajian ialah berbentuk borang soal selidik yang terbahagi kepada dua bahagian iaitu bahagian A dan bahagian B. Populasi kajian ini Peruncit yang menjual produk Rohaya & Abu Bakar di sekitar Pulau Pinang. Manakala, sampel peruncit yang menggunakan perkhidmatan pengedaran produk Syarikat Rohaya & Abu Bakar di sekitar Pulau Pinang. Di samping itu, seramai 100 orang responden telah dipilih sebagai sampel dalam kajian ini. Seterusnya, data-data yang terkumpul di proses dan di analisis dengan menggunakan "Statistical Package of Social Science" (SPSS). Cronbach Alpha bagi aspek penghantaran 0.872, aspek perundingan 0.791 dan aspek maklumat produk 0.722. Manakala, min purata bagi aspek penghantaran sebanyak 3.97 pada tahap tinggi, aspek perundingan sebanyak 4.03 pada tahap tinggi dan maklumat produk 3.78 pada tahap tinggi. Akhirnya, cadangan yang dikemukakan terbahagi kepada tiga iaitu kepada Syarikat Rohaya & Abu Bakar, kepada Peruncit dan pengkaji akan datang.

ABSTRACT

The logistics project undertaken for the purpose of assessing the level of retailer satisfaction with services provided by the company's product distribution Rohaya & Abu Bakar. In addition, the researchers also looked at the factors associated with the transmission, consulting and product information that affects the level of satisfaction of retailers Rohaya & Abu Bakar. The instrument used to answer the research objectives is essentially a questionnaire which is divided into two parts, part A and part B. The study population retailers who sell products Rohaya and Abu Bakar in Penang. Meanwhile, the sample of retailers who use the services and product distribution company Rohaya & Abu Bakar in Penang. In addition, a total of 100 respondents were chosen as samples in this study. Next, the data collected in the process and analyzed using "Statistical Package for Social Science" (SPSS). Cronbach's alpha for the delivery of 0.872, 0.791 and consultation aspect ratio 0.722 product information. Whereas, for the Average min transmission ratio of 3.97 at a high level, the negotiation of 4:03 at a high level and product information on the high level of 3.78. Finally, the recommendations are divided into three, namely, to the Company Rohaya & Abu Bakar, to retailers and future researchers.

SENARAI KANDUNGAN

BAB	KANDUNGAN	HALAMAN
	Pengesahan Laporan Projek	ii
	Perakuan Pelajar	iii - iv
	Penghargaan	v
	Abstrak	vi
	Abstract	vii
	Senarai Isi Kandungan	x - xi
	Senarai Jadual	xii
	Senarai Rajah	xiv
BAB I	Pengenalan	
	1.0 Pendahuluan	1 - 4
	1.1 Latar Belakang Masalah	5
	1.2 Pernyataan Masalah	6 - 7
	1.3 Objektif Kajian	
	1.3.1 Aspek Penghantaran	8
	1.3.2 Aspek Perundingan	8
	1.3.3 Aspek Maklumat Produk	8
	1.4 Persoalan Kajian	
	1.4.1 Aspek Penghantaran	9
	1.4.2 Aspek Perundingan	9
	1.4.3 Aspek Maklumat Produk	9
	1.5 Kepentingan Kajian	
	1.5.1 Kepada Perniagaan Rohaya & Abu Bakar	10
	1.5.2 Kepada Peruncit	10
	1.5.3 Kepada Pengkaji Akan Datang	11
	1.6 Skop Kajian	11 - 12
	1.7 Definisi Operasional	
	1.7.1 Kepuasan	12
	1.7.2 Peruncit	13
	1.7.3 Perkhidmatan	14
	1.7.4 Pengedaran	14
	1.7.5 Perundingan	15
	1.7.6 Produk	15
BAB II	Sorotan Kajian	
	2.0 Pendahuluan	16
	2.1 Mengkaji Tahap Kepuasan Peruncit Terhadap Perkhidmatan Pengedaran Produk Syarikat Rohaya & Abu Bakar di Sekitar Pulau Pinang	
	2.1.1 Aspek Penghantaran	17 - 19
	2.1.2 Aspek Perundingan	19 - 22
	2.1.3 Aspek Maklumat Produk	23 - 25

BAB III	METODOLOGI	
	3.0 Pendahuluan	26
	3.1 Reka Bentuk Kajian	27
	3.2 Populasi dan Sampel	27
	3.2.1 Populasi	28
	3.2.2 Sampel	28
	3.2.2.1 Kaedah Persampelan	29
	3.3 Tatacara Kajian	29 - 30
	3.4 Kaedah Pengumpulan Data	
	3.4.1 Data Primer	31
	3.4.2 Data Sekunder	31
	3.5 Instrumen Kajian	32 - 33
	3.5.1 Bahagian A	33 - 34
	3.5.2 Bahagian B	35 - 40
	3.6 Kaedah Penganalisan Data	
	3.6.1 Kajian Rintis	41
	3.6.2 Analisis Frekuensi	42
	3.6.3 Analisis Min	42
BAB IV	ANALISA DATA	
	4.0 Pendahuluan	43
	4.1 Analisa Kebolehpercayaan Data	44 - 45
	4.2 Hasil Penyelidikan	46 - 51
	4.3 Bahagian B: Mengkaji Tahap Kepuasan Peruncit Terhadap Perkhidmatan Penedaran Produk Syarikat Rohaya & Abu Bakar di Sekitar Pulau Pinang	52 - 53
	4.3.1 Aspek Penghantaran	53 - 55
	4.3.2 Aspek Perundingan	55 - 57
	4.3.3 Aspek Maklumat Produk	58 - 59
	4.4 Kesimpulan	60
BAB V	PERBINCANGAN, CADANGAN DAN KESIMPULAN	
	5.0 Pendahuluan	61 - 62
	5.1 Perbincangan	62
	5.1.1 Perbincangan Mengenai Sejauh Mana Peruncit di Pulau Pinang Berpuas Hati Dengan PENGHANTARAN Produk syarikat Rohaya & Abu Bakar. (Aspek Penghantaran)	63 - 64
	5.1.2 Perbincangan Mengenai Sejauh Mana Peruncit di Pulau Pinang Berpuas Hati Dengan Perundingan Produk syarikat Rohaya & Abu Bakar. (Aspek Perundingan)	64 - 65
	5.1.3 Perbincangan Mengenai Sejauh Mana Peruncit di Pulau Pinang Berpuas Hati Dengan Maklumat Produk syarikat Rohaya & Abu Bakar. (Aspek Maklumat Produk)	66 - 67
	5.2 Implikasi Kajian	68 - 69

5.3 Cadangan	
5.3.1 Cadangan Kepada Pihak Syarikat Rohaya & Abu Bakar	70 - 71
5.3.2 Cadangan Kepada Peruncit	71 - 72
5.3.3 Cadangan Kepada Pengkaji Akan Datang	72 - 73
5.4 Kesimpulan	73 - 74

BIBLIOGRAFI
LAMPIRAN

SENARAI JADUAL

JADUAL	KANDUNGAN	MUKA SURAT
Jadual 1.2.1	Prestasi Jualan Rohaya & Abu Bakar bagi 5 tahun	6
Jadual 3.5.1.1	Bahagian A	34
Jadual 3.5.2.1	Skala Likert	35
Jadual 3.5.2.2	Penerangan Lanjut Mengenai Faktor Penghantaran	36 - 37
Jadual 3.5.2.3	Penerangan Lanjut Mengenai Faktor Perundingan	37 - 38
Jadual 3.5.2.4	Penerangan Lanjut Mengenai Faktor Maklumat Produk	39 - 40
Jadual 4.1.2	Jadual Analisis Kebolehpercayaan Data	45
Jadual 4.2.1.1	Taburan Responden Mengikut Jenis Perniagaan	46
Jadual 4.2.2.1	Taburan Responden Mengikut Jenis Produk Yang Diambil	48
Jadual 4.2.3.1	Taburan Responden Mengikut Bangsa	49
Jadual 4.2.4.1	Taburan Responden Mengikut Produk Terlaris	50
Jadual 4.2.5.1	Taburan Responden Mengikut Jenis Peruncitan	51
Jadual 4.3	Skala Skor Min	53
Jadual 4.3.1	Min & Persatuan Berkaitan Aspek Penghantaran	54
Jadual 4.3.2	Min & Persatuan Berkaitan Aspek Perundingan	56 - 57
Jadual 4.3.3	Min & Persatuan Berkaitan Aspek Maklumat Produk	59 - 60

SENARAI RAJAH

RAJAH	KANDUNGAN	MUKA SURAT
Rajah 3.3.1	Tatacara Kajian	30
Rajah 4.2.1.1	Taburan Responden Mengikut Jenis Perniagaan	47
Rajah 4.2.2.1	Taburan Responden Mengikut Jenis Produk Yang Diambil	48
Rajah 4.2.3.1	Taburan Responden Mengikut Bangsa	49
Rajah 4.2.4.1	Taburan Responden Mengikut Produk Terlaris	50
Rajah 4.2.5.1	Taburan Responden Mengikut Jenis Peruncitan	51

BAB I

PENGENALAN

1.0 PENDAHULUAN

Industri Kecil dan Sederhana (IKS) ditakrifkan sebagai perusahaan perkilangan atau industri yang bertaraf tempatan dan skala operasinya kecil berbanding dengan industri multinasional yang besar (IKS Johor, 2013). Mengikut Perbadanan Pembangunan Industri Kecil dan Sederhana (SMIDEC), sebuah syarikat dengan pusingan jualan tahunan tidak melebihi RM25 juta dan mempunyai pekerja sepenuh masa tidak melebihi 150 orang berstatus IKS.

Secaranya umumnya, IKS penting bagi meningkatkan ekonomi negara, peluang pekerjaan, sumbangan dalam meningkatkan jumlah simpanan negara dan menjimatkan tukaran wang asing, mewujudkan pengagihan pendapatan yang lebih baik, membantu dalam melahirkan dan meningkatkan kemahiran di kalangan tenaga kerja terlibat baik di peringkat pekerja mahupun pada peringkat pengurusan dan membantu dalam meningkatkan arus pemindahan teknologi asing. (IKS Johor, 2013)

Hal ini demikian memandangkan IKS mampu menggunakan tenaga buruh secara intensif dalam teknik pengeluaran mereka berbanding dengan firma-firma besar (IKS Johor, 2013). Ini secara terus dapat membuka peluang pekerjaan yang banyak dalam beberapa fungsi pengeluaran dalam operasi IKS. Apabila IKS menggunakan jumlah kapital yang jauh lebih rendah berbanding dengan firma besar, jumlah dan bilangan pekerja secara langsung lebih ramai bagi setiap ringgit yang dilaburkan. Kelebihan dalam kaedah pengeluaran ini ialah mereka dapat mengurangkan atau meminimumkan kos pengeluaran dan seterusnya bersaing dengan firma-firma lain di pasaran terbuka. (IKS Johor, 2013)

IKS juga menjadi sumber utama kepada jumlah tabungan dan simpanan negara. Sekiranya jumlah modal dan sumber kewangan tersebut tidak dilaburkan dan digunakan dalam IKS, berkemungkinan besar ia akan digunakan untuk perbelanjaan keperluan yang lain. Justeru itu, penubuhan dan kegiatan industri kecil dari segi ekonomi menggalakkan kadar simpanan dan tabung ekonomi. Ini boleh meningkatkan keseluruhan kadar simpanan penduduk dalam negara dan mengurangkan masalah kenaikan kadar inflasi. Selain itu, sumber-sumber bahan mentah yang digunakan oleh IKS seperti mesin, peralatan, pejabat dan bangunan juga membantu ke arah meningkatkan tabung simpanan negara. IKS, dalam konteks juga, boleh mengurangkan kadar pembaziran yang berlebihan. (IKS Johor, 2013)

Selain dari yang disebutkan di atas, IKS juga berperanan sebagai tempat latihan dalam pelbagai kemahiran untuk pekerja, pengusaha dan bakal pengusaha. Dengan modal yang dilaburkan, pengusaha IKS dapat membina latihan dan pengetahuan yang berguna mengenai selok-belok operasi perniagaan dan bergantung hidup kepada perniagaan tersebut. Selain itu, berdasarkan maklumat yang diperolehi daripada IKS Johor, sebahagian besar pengusaha dan pekerja dalam IKS mempunyai taraf pendidikan yang rendah, ini jelas jika dibandingkan dengan para pengurus dan pekerja di dalam firma besar dan syarikat antarabangsa yang lain. (IKS Johor, 2013). Majoriti hanya memiliki kelulusan peringkat Sijil Rendah Pelajaran dan Sijil Pelajaran Malaysia. Dengan adanya taraf kelulusan yang ada pada mereka, sukar sekali bagi mereka mendapatkan gaji yang tinggi dan lumayan sebagai pengurus, pentadbir, akauntan, jurutera dan lain-lain di sektor awam mahupun swasta. Dengan taraf kelulusan formal yang rendah juga amat sukar bagi mereka mendapatkan pekerjaan yang bergaji lumayan dalam firma besar dan syarikat antarabangsa. Bagaimanapun, pengusaha dan pekerja seperti ini dapat berkecimpung dalam IKS.

Syarikat Rohaya, sebuah kilang kecil di Pulau Pinang yang bermula hanya sebagai perniagaan kecil-kecilan dan kini telah menjadi sebuah industri yang penting dalam ekonomi negara didalam sektor IKS yang berdaftar pada tahun 1985 dengan nama "Syarikat Abu Bakar Bin Ayob". Pada tahun 1991 "Syarikat Abu Bakar bin Ayob" ditukarkan kepada "Syarikat Perniagaan Rohaya & Abu Bakar". Sambutan yang memberangsangkan terhadap sos cilinya memberi peluang kepada Encik Abu Bakar untuk membeli sebuah mesin pengisar yang berharga RM300.00 yang membolehkan kapasiti pengeluarannya meningkat kepada lima puluh dozen sehari.

Susulan daripada peningkatan produktiviti dan permintaan yang meningkat, oleh itu, Syarikat Rohaya dan Abu Bakar mengambil keputusan untuk memasarkan produk syarikat di kawasan utara semenanjung. Perhubungan yang terjalin sejak awal penubuhan, telah meyakinkan pelanggan untuk meneruskan perniagaan memasarkan produk syarikat ke tahap yang boleh di banggakan.

Setelah melihat kejayaan memasarkan produk dengan jenama ROHAYA, syarikat mencuba nasib untuk memasarkan produk dengan jenama MUNIRAH mempunyai cita rasa yang berbeza yang berupaya menambat hati para pengguna.

Syarikat ini bersedia menjadi pengeluar berkontrak untuk mengeluarkan barangan seperti sos cili dan kicap. Sehingga ke saat ini syarikat ini telah berjaya menjadi pengeluar berkontrak untuk beberapa buat syarikat.

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Industri kecil dan sederhana (IKS) memainkan peranan penting dalam pembangunan dan perkembangan ekonomi negara. Kadar pertumbuhan ekonomi yang pesat iaitu pada purata 8.4% setahun dalam tempoh masa 1989-1994 ternyata tidak akan tercapai tanpa sumbangan dan sokongan besar IKS. Lebih penting, pertumbuhan sektor pembuatan yang amat memberansangkan sejak 1980-an telah meletakkan IKS sebagai industri penggerak utama dalam mempelbagaikan aktiviti di sektor ini (Effa Izzura, 2012).

Syarikat Rohaya dan Abu Bakar merupakan salah satu syarikat IKS yang berjaya di Malaysia. Syarikat Rohaya dan Abu Bakar telah mengeluarkan 12 jenis produk untuk dipasarkan ke pasaran, antaranya produk nya yang terlaris iaitu Sos Cili Rohaya, produk asas yang IKS ini keluarkan. Antara produknya yang lain adalah Cuka, Kicap Cair, Kicap Lemak, Kicap Lemak Manis, Kicap Mee, Kuah Rojak, Pati Ros, Sos Lada Hitam, Sos Tiram, Sos Tomato dan juga Sos Burger. IKS bumiputra ini juga mempunyai ramai pesaing daripada syarikat-syarikat produk sos yang besar dan juga daripada IKS-IKS yang lain. Dengan ini, Syarikat IKS Rohaya memerlukan usaha yang lebih besar untuk merebut tempat untuk mengekalkan pasaran produknya terutamanya dalam pengedaran produk-produk (Mukmin Brands, 2013).

Satu-satunya tempat untuk membuat kesemua produk Rohaya ini hanya ada di Permatang Batu, Bukit Mertajam, Pulau Pinang. Berfungsi sebagai kilang kecil-kecilan yang diusahakan sendiri oleh pemilik IKS ini, Abu Bakar Ayub dan mempunyai pekerja sekitar 15 hingga 25 orang pekerja. Kilang kecilnya ini juga dijadikan sebagai tempat pengambilan dan pengedaran stok untuk peruncit-peruncit kecil sekitar Bukit Mertajam serta pemborong-pemborong besar. Pengedaran produk-produk ini mempunyai bayaran secara kredit dan juga secara tunai di lokasi kilang tersebut. (Mukmin Brands, 2013)

1.2 PERNYATAAN MASALAH

Laman sesawang telah melaporkan jualan 2015 dalam tempoh 5 tahun. Syarikat Rohaya dan Abu Bakar pada bulan Januari hingga Disember pada setiap tahun telah mendapat sambutan jualan mencecah RM 3.6 juta yang bahawa setiap bulan hasil jualan mereka memperolehi sebanyak RM300 ribu sebulan. Namun begitu, statistik jualan menunjukkan penurunan dari tahun ke tahun. (rujuk jadual 1)

TAHUN	JUALAN (RM)
2011	4 JUTA
2012	3.6 JUTA
2013	3.8 JUTA
2014	3.4 JUTA
2015	3.1 JUTA

Jadual 1.2.1 : prestasi jualan Rohaya dan Abu Bakar SDN BHD bagi 5 tahun

Hasil jualan syarikat Rohaya yang diperoleh daripada pengurus syarikat tersebut, Encik Zaki, menyatakan bahawa pada tahun 2011, syarikat tersebut telah memperoleh RM4 Juta. Tetapi prestasi jualan syarikat tersebut telah menurun sehingga RM3.6 Juta pada tahun 2012. Jumlah jualan pada tahun 2012 menurun akibat daripada isu penghantaran. Menurut Encik Zaki, isu penghantaran menjadi isu utama dalam hal ini disebabkan oleh pertukaran pekerja yang tinggi di syarikat itu. Pekerja baharu yang tidak cekap mengendalikan pengangkutan penghantaran serta kurang berpengalaman mengakibatkan permintaan produk syarikat Rohaya terjejas. Jelaslah servis penghantaran yang kurang memuaskan membuatkan peruncit tidak membeli produk keluaran syarikat bumiputra itu.

Begitu juga dengan tahun 2014 yang memperoleh jualan sebanyak RM3.4 Juta. Jualan tahun ini agak menurun dari tahun 2013 yang memperoleh hasil sebanyak RM3.8 Juta. Hal ini dikaitkan dengan isu perundingan. Isu ini seperti yang dinyatakan juga oleh Encik Zaki, perundingan dari segi penyelesaian pembayaran pembelian produk syarikat Rohaya. Tambahannya lagi, peruncit yang sukar menyelesaikan hutang-hutang tertunggak membuatkan jualan tahunan syarikat menurun.

Pada tahun 2015, rekod jualan tahunan syarikat Rohaya terjejas apabila menurun sehingga RM3.1 Juta. Hal ini demikian kerana isu maklumat produk yang dijelaskan oleh Encik Zaki, pengeluar produk memberi maklumat terhadap produk dengan jelas, namun peruncit tidak dapat menyampaikan maklumat produk kepada pembeli dengan baik. Perkara ini menyebabkan jualan syarikat Rohaya terganggu dan tidak memperoleh hasil jualan yang memuaskan.

1.3 OBJEKTIF KAJIAN

Terdapat tiga objektif yang telah ditentukan untuk dicapai dalam menjalankan kajian ini, objektif tersebut adalah:

1.3.1 Mengenalpasti kepuasan peruncit di Pulau Pinang berkaitan aspek penghantaran produk Rohaya & Abu Bakar.

1.3.2 Mengenalpasti kepuasan peruncit di Pulau Pinang berkaitan aspek perundingan produk Rohaya & Abu Bakar.

1.3.3 Mengenalpasti kepuasan peruncit di Pulau Pinang berkaitan aspek maklumat produk Rohaya & Abu Bakar.

1.4 PERSOALAN KAJIAN

1.4.1 Sejauh mana peruncit di Pulau Pinang berpuas hati dengan penghantaran produk Rohaya & Abu Bakar?

1.4.2 Sejauh mana peruncit di Pulau Pinang berpuas hati dengan perundingan produk Rohaya & Abu Bakar?

1.4.3 Sejauh mana peruncit di Pulau Pinang berpuas hati dengan maklumat produk Rohaya & Abu Bakar?

1.5 KEPENTINGAN KAJIAN

1.5.1 Perniagaan Rohaya dan Abu Bakar SDN BHD

Kajian ini adalah penting kepada pihak Perniagaan Rohaya dan Abu Bakar SDN BHD agar membolehkan pengusaha tersebut mengetahui jika terdapat kelemahan ataupun kekurangan yang wujud serta dapat meningkatkan servis atau mutu produk berdasarkan penilaian yang dibuat oleh peruncit dan juga pengguna. Justeru itu, kajian ini dapat membantu pihak Perniagaan Rohaya dan Abu Bakar SDN BHD untuk lebih maju dalam bidang perniagaan dan pengguna juga dapat memperolehi tahap kepuasan maksimum terhadap produk yang dikeluarkan oleh pihak Perniagaan Rohaya dan Abu Bakar Sdn Bhd.

1.5.2 Peruncit

Kajian ini dibuat untuk mengenalpasti kepuasan peruncit terhadap perkhidmatan dan juga produk yang diberikan oleh Perniagaan Rohaya dan Abu Bakar Sdn Bhd. Ini juga membolehkan pihak Perniagaan Rohaya dan Abu Bakar Sdn Bhd mendapatkan jawapan, maklum balas dan tahap kepuasan peruncit terhadap produk dan servis yang telah ditawarkan.

1.5.3 Pengkaji akan datang

Kajian ini dapat digunakan kepada bakal penyelidik akan datang kerana mereka dapat memperoleh maklumat yang berkaitan untuk digunakan bagi tujuan membuat kajian susulan. Maklumat ini juga memudahkan pihak pengkaji untuk kajian mereka kerana ia telah diadaptasi dari kajian ini. Oleh itu, kajian ini dapat menjadi rujukan dan juga panduan apabila mereka ingin melakukan kajian pada masa akan datang.

1.6 SKOP KAJIAN

Skop ini merupakan suatu kajian yang melibatkan tahap kepuasan peruncit terhadap produk dan juga perkhidmatan yang ditawarkan oleh pihak Perniagaan Rohaya dan Abu Bakar Sdn Bhd. Dalam kajian ini terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi peruncit untuk membuat permintaan iaitu penghantaran, perundingan dan juga maklumat produk samada dapat memenuhi kepuasan hati peruncit yang membeli produk dari Perniagaan Rohaya dan Abu Bakar Sdn Bhd di sekitar kawasan Pulau Pinang.

Kajian ini dilakukan terhadap 100 peruncit yang terlibat dengan perkhidmatan pengedaran produk dari Perniagaan Rohaya dan Abu Bakar Sdn Bhd. Peruncit ini akan diminta untuk memberikan maklum balas dan juga pendapat mereka selepas membeli produk yang disediakan oleh Perniagaan Rohaya dan Abu Bakar Sdn Bhd melalui borang soal selidik yang diedarkan yang berkaitan dengan factor penghantaran, perundingan dan maklumat produk.

Proses-proses untuk mengumpulkan data, para pengkaji telah mendapatkan data primer dengan merujuk jurnal, artikel, laman web dan laman web yang berkaitan dengan Perniagaan Rohaya dan Abu Bakar Sdn Bhd. Di dalam kajian ini terdapat beberapa isu yang dihadapi oleh pihak pengkaji kerana kekurangan masa dan juga pengkaji mengalami masalah untuk mencari alamat 30 peruncit yang dipilih dalam tempoh yang ditetapkan.

1.7 DEFINISI OPERASIONAL

1.7.1 Kepuasan

Menurut Kotler dan Armstrong (2001), kepuasan pelanggan adalah sejauh mana tahap anggapan prestasi produk memenuhi harapan pembeli. Bila prestasi produk lebih rendah berbanding harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.

Disamping itu, Zeithaml dan Bitner (2000), Respon atau tanggapan pelanggan mengenai keperluan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan keperluan pelanggan.

Dalam konteks ini, Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007) yang dikutip dari buku *Pengurusan Pemasaran* mengatakan bahawa Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan prestasi produk dengan harapan pelanggan.

Selain itu, Umar (2005) mengatakan, kepuasan adalah jika seorang pelanggan merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya akan menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

1.7.2 Peruncit

Mengikut definisi, peruncit, atau saudagar, adalah sebuah entiti yang menjual barangan atau komoditi terus kepada pengguna, melalui pelbagai saluran pengedaran dengan matlamat untuk mendapat keuntungan. Ia adalah definisi yang sangat klinikal untuk peruncit. Jadi, peruncit adalah sebuah kedai yang menyediakan barang-barang atau perkhidmatan yang diperlukan. Kedai ini boleh menjadi sebuah bangunan fizikal atau dalam talian. (Matthew Hudson, 2016)

Peruncit ialah orang perseorangan yang menjual barangan dalam kuantiti yang kecil terus kepada pengguna dan menjalankan perniagaan peruncitan dalam pelbagai jenis perniagaan dan yang bertepatan dengan definisi peruncit seperti yang telah dinyatakan di atas. (Azlah Bin Md Ali, 2005).

1.7.3 Perkhidmatan

Menurut Pentti Routio (2007), Teori perkhidmatan bermakna pengetahuan tentang apa yang kekal dan normal dalam menghasilkan perkhidmatan. Secara tradisinya, pengetahuan ini telah terkumpul dalam bentuk tersirat dalam kemahiran profesional mereka yang terlibat dalam kegiatan ini, tetapi hari ini lebih dan lebih daripada ia didokumenkan secara bertulis oleh penyelidik.

Kebanyakan kajian penggunaan perkhidmatan salah satu daripada dua pendekatan alternatif, iaitu, mereka mempunyai sama ada tujuan deskriptif atau normatif, seperti yang dapat dilihat dalam gambar rajah di sebelah kanan. Kedua-dua menyebabkan paradigma teori berbeza agak jauh antara satu sama lain walaupun objek kajian adalah sama.

1.7.4 Pengedaran

Pengedaran merupakan aspek yang penting dalam semua jenis bentuk aktiviti perniagaan. Aktiviti pengedaran berkait dengan pemilihan saluran agihan yang sesuai agar produk yang dihasilkan dapat dijual terus kepada pengguna. Menurut Zainal Abidin Mohd Said (1992), saluran pengedaran ialah satu proses perpindahan hakmilik barang-barang dagangan daripada pengeluar kepada pengguna. Pengedaran yang cekap akan membantu organisasi perniagaan untuk bertahan lebih lama di pasaran pengurusan saluran pengedaran melibatkan usaha pemilihan orang tengah bagi menggerrakkan produk kepada pengguna akhir.

1.7.5 Perundingan

Menurut Pengajian Perniagaan, perundingan adalah persetujuan antara peruncit dan pemborong atau pengeluar sesuatu produk akan dicapai ke atas harga dan terma-terma lain sesuatu tawaran supaya pemilikan boleh dipindahkan.

1.7.6 Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (1996: 274) , "Produk sebagai apa-apa yang boleh ditawarkan kepada pasaran untuk perolehan, penggunaan atau penggunaan dan yang mungkin memenuhi kehendak atau keperluan". Ertinya produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan keterangan berkenaan, dipergunakan dan yang boleh memuaskan keinginan atau keperluan para pengguna.

Menurut Stanton, (1996: 222), "produk adalah aset sifat-sifat ketara dan tidak ketara, termasuk pembungkusan, warna, kualiti harga dan jenama serta perkhidmatan dan reputasi penjual"

BAB II

SOROTAN KAJIAN

2.0 PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori atau penulisan yang berkaitan dengan bidang kajian yang dijalankan. Ianya menunjukkan bahawa terdapat sokongan terhadap isu yang dikaji. Sokongan ini adalah penting dalam membantu mencapai objektif-objektif yang diinginkan. Kajian ini dibuat untuk mengenalpasti tahap kepuasan peruncit terhadap perkhidmatan pengedaran syarikat Rohaya & Abu Bakar.

Antara faktor yang difokuskan oleh pengkaji adalah dari segi faktor penghantaran, faktor perundingan dan faktor maklumat produk. . Ketiga faktor ini adalah perkara yang lebih difokuskan oleh pengkaji. Jadi, setiap faktor ini adalah penting untuk membuktikan sama ada perkhidmatan pengedaran yang diedarkan adalah baik ataupun sebaliknya dan adakah ia sejajar dengan kehendak serta kepuasan peruncit.

2.1 MENGENAL TAHAP KEPUASAN PERUNCIT TERHADAP PERKHIDMATAN PENGEDARAN PRODUK SYARIKAT ROHAYA & ABU BAKAR DI SEKITAR PULAU PINANG.

2.1.1 Faktor Penghantaran

Penghantaran atau pengedaran adalah kumpulan aktiviti berkaitan dengan pembekalan produk siap daripada barisan pengeluaran kepada pengguna. Pengagihan fizikal menganggap banyak saluran pengedaran jualan, seperti borong dan runcit, dan termasuk bidang keputusan kritikal seperti perkhidmatan pelanggan, inventori, bahan-bahan, pembungkusan, pemprosesan pesanan, dan pengangkutan dan logistik dan proses ini dirujuk sebagai pengedaran yang digunakan untuk menggambarkan pemasaran dan pergerakan produk.

Kebanyakan pengedar akan mengambil kira akan faktor pengedaran fizikal yang dilakukan oleh mereka kerana peruncit amat menitikberatkan akan produk yang dibelinya selamat diedarkan dan melalui fungsi pengedaran fizikal iaitu penggunaan pelbagai mod pengangkutan seperti darat, udara, dan juga air serta penyimpanan produk agar kualiti produk pengeluar terjamin. Mereka menganggap kualiti sesuatu barangan atau produk itu sangat penting bagi menjamin kepuasan pengguna akhir.

Kepuasan peruncit berperanan penting dalam menentukan tahap kualiti yang ditawarkan oleh syarikat pengeluar. Bagi menyokong kenyataan diatas, kami menggunakan kenyataan yang disebut oleh seorang tokoh, Hairuddin Mohd Ali (1999) menyatakan maksud kualiti adalah keseluruhan ciri-ciri dan sifat-sifat sesuatu produk atau perkhidmatan yang dapat memenuhi kehendak yang dinyatakan atau yang tersirat. Ini adalah kehendak pelanggan yang tinggi terhadap produk yang dihasilkan adalah baik dan bermutu. Jika kehendak atau permintaan bagi sesuatu produk itu tidak begitu memberangsangkan maka bolehlah disimpulkan bahawa kualiti produk dan perkhidmatan yang dihasilkan adalah tidak memuaskan.

Kenyataan ini turut disokong oleh tokoh W Edward Deming (1992) yang mendefinisikan "Kualiti bererti membuatkan setiap orang melaksanakan apa yang mereka telah persetujuan dan mereka melaksanakannya dengan tepat pada kali pertama". Ini bermakna pihak pengeluar perlu menjaga dan memberikan perkhidmatan keatas produk yang dikeluarkan mengikut permintaan pelanggan tanpa sebarang kesilapan. Dengan itu, kepuasan peruncit mahupun pengguna dapat dipenuhi dan seterusnya ia dapat membantu meningkatkan prestasi perniagaannya.

Selain daripada penghantaran dalam pengedaran yang mesti diambil kira untuk menjaga kualiti produk keluaran pengeluar, kawalan inventori juga terlibat dalam penjagaan kualiti produk terutamanya cara penyimpanan untuk produk yang sensitif dengan persekitaran seperti barangan mudah rosak dengan cuaca, memerlukan kelembapan yang ideal untuk mengekalkan kualiti produk tersebut. Penyimpanan bahan mentah terhadap barangan yang belum diproses juga amat penting agar produk dihasilkan mendapat kualiti yang baik dan sempurna untuk kegunaan pengguna apabila dipasarkan.

Inventori didefinisikan dalam sumber internet, meletakkan barang dalam keadaan menunggu, bererti barang diproses dengan baik untuk satu masa dan disimpan dalam keadaan yang baik mengikut kesesuaian barangan. Selain daripada kawalan inventori, pemprosesan pesanan direka untuk mengambil pesanan pelanggan dan melaksanakan khusus pelanggan telah dibeli. Perniagaan ini adalah berkenaan dengan fungsi ini kerana ia secara langsung berkaitan dengan bagaimana pelanggan diservis dan mencapai matlamat perkhidmatan pelanggan dan juga menjaga kualiti pengguna. Jika sistem pemprosesan pesanan cekap, maka perniagaan boleh mengelakkan kos lain dalam fungsi-fungsi lain seperti pengangkutan atau kawalan inventori.

Keseluruhannya, faktor penghantaran adalah salah satu objektif yang akan menyebabkan tercapainya kepuasan peruncit. Faktor penghantaran ini dapat meningkatkan kualiti perkhidmatan yang sedia ada untuk proses pengedaran barang serta akan mengeratkan hubungan peruncit dengan Syarikat Rohaya & Abu Bakar.

2.1.2 Faktor Perundingan

Dalam setiap perniagaan tidak kira perniagaan besar mahupun industri kecil sederhana (IKS) kepuasan peruncit ataupun pelanggan amatlah penting dan perlu dijaga bagi memenuhi kehendak dan permintaan mereka. Jadi menurut Kotler dan Armstrong (2005:70), kepuasan pelanggan adalah satu tingkatan dimana perkiraan hasil produk sesuai dengan harapan pembeli. Manakala, menurut Day dalam Fandy Tjiptono (2005:146) mengemukakan, kepuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antaran harapan awal sebelum pembelian dan prestasi sebenar produk yang dirasakan setelah memakainya.

Namun begitu, kepuasan peruncit tidak akan tercapai jika faktor perundingan tidak dijalankan dengan baik dan teratur. Faktor perundingan amat penting bagi setiap perniagaan. Ini kerana, melibatkan harga, keluar masuk barang dan perundingan bersama pembekal atau pengguna. Bagi menyokong perkara diatas pengkaji menyertakan beberapa kenyataan menurut beberapa para ahli. Jadi, dalam konteks ini perundingan didefinisikan sebagai mencapai satu persetujuan ke atas harga dan terma-terma lain sesuatu tawaran supaya pemilikan boleh dipindahkan. Disini pengkaji akan mengambil faktor perundingan dari segi harga yang akan memberi kepuasan kepada peruncit.

Harga pula didefinisikan sebagai jumlah bayaran yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak yang lain sebagai balasan menggunakan barangan atau menerima perkhidmatan yang ditawarkan. Harga adalah elemen yang penting dalam perniagaan dan terutamanya perundingan dimana ia membolehkan transaksi perniagaan dijalankan. Harga digunakan untuk menjadi alat menentukan nilai sesuatu barangan atau perkhidmatan tersebut berbaloi dengan kepuasan peruncit.

Merujuk kepada kajian yang lepas, Gary Armstrong, Michael Haker, Philip Kotler (2009), harga ditakrifkan sebagai jumlah wang yang dikenakan bagi sesuatu produk atau perkhidmatan atau jumlah nilai pertukaran pengguna untuk faedah mempunyai atau menggunakan mana-mana produk atau perkhidmatan. Ia sangat penting bagi pengeluar produk untuk berunding menggunakan elemen harga didalam pasaran bukan kerana setiap barangan keluarannya, tetapi juga nilai barangan produk yang ditawarkan kepada peruncit.