

**MENGENAL PERSEPSI PENGGUNA TERHADAP PERKHIDMATAN
KURIER DI KALANGAN PENDUDUK SEBERANG PERAI**

10DLS14F1002	SITI NADIRAH BINTI MOHD SHARIFF
10DLS14F1008	MUHAMMAD SAFWAN BIN KAMARUDIN
10DLS14F1026	MUHAMMAD ZHAHIRUL SAFFUAN BIN ZAHARI
10DLS14F1032	MOHAMAD HAKIM BIN SA'AZHAR
10DLS14F1086	SITI RAUDZOH BINTI MD SALEH
10JLS14F1008	PREMA A/P RAMANATHAN

**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 Persepsi Pengguna Terhadap Perkhidmatan Kurier Di Kalangan Penduduk Seberang Perai**” ini telah dikemukakan, disemak, serta disahkan sebagai memenuhi syarat dan keperluan penulisan projek seperti yang telah ditetapkan.

Disemak oleh :


Disemak Oleh : Encik Azli Bin Mohammad
Tandatangan Penyelia :
Tarikh :


Disahkan oleh :


Nama Pengsyarah Kursus : Encik Azli Bin Mohammad
Tandatangan Pengsyarah Kursus :
Tarikh :


PENGAKUAN


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


1. Tandatangan : 
Nama : SITI NADIRAH BINTI MOHD SHARIFF
No. Pend : 10DLS14F1002
Tarikh : 30/3/2017

2. Tandatangan : 
Nama : MUHAMMAD SAFWAN BIN KAMARUDIN
No. Pend : 10DLS14F1008
Tarikh : 30/3/2017

3. Tandatangan : 
Nama : MUHAMMAD ZHAHIRUL SAFFUAN BIN ZAHARI
No. pend : 10DLS14F1026
Tarikh : 30/3/2017

4. Tandatangan : 
Nama : MOHAMAD HAKIM BIN SA'AZHAR
No.pend : 10DLS14F1032
Tarikh : 30/3/2017

5. Tandatangan : 
Nama : SITI RAUDZOH BINTI MD SALEH
No.pend : 10DLS14F1086
Tarikh : 30/3/2017

6. Tandatangan : 
Nama : PREMA A/P RAMANATHAN
No. pend : 10JLS14F1008
Tarikh : 30/3/2017

PENGHARGAAN

Beryukur kami ke hadrat Ilahi kerana dengan limpah-nya dengan bantuan beberapa pihak kami telah berjaya menyiapkan laporan projek bagi modul DPB 6043 'Business Research'.

Pertama sekali ucapan jutaan terima kasih di ucapkan kepada penyelia sekaligus sebagai pensyarah kursus kami iaitu Encik Azli Bin Muhammad kerana telah banyak membantu dan memberi sokongan serta kerjasama yang tidak terhingga dalam menjayakan penyelidikan ini.

Laporan penyelidikan ini secara amnya mengandungi maklumat - maklumat berkaitan dengan kajian kami yang bertajuk 'mengkaji persepsi pengguna terhadap perkhidmatan kurier di kalangan penduduk Seberang Perai'. Terdapat juga lampiran seperti borang soal selidik yang telah dijalankan bagi membantu kami untuk mencapai objektif kajian.

Akhir kata, terima kasih sekali lagi kepada semua pihak yang terlibat di atas sumbangan yang diberikan oleh pihak pengguna perkhidmatan kurier serta semua yang turut membantu memberi tunjuk ajar, nasihat, sokongan dan dorongan kepada kami dalam menjayakan penyelidikan ini. Tanpa tunjuk ajar daripada mereka kami mungkin tidak dapat menyiapkan laporan ini dengan sebaiknya.

Sekian, terima kasih.

ABSTRAK

Kajian ini dilaksanakan bertujuan untuk mengkaji persepsi pengguna terhadap perkhidmatan kurier di kalangan penduduk Seberang Perai. Di mana pengkaji ingin merungkai persepsi pengguna terhadap perkhidmatan yang disalurkan oleh syarikat kurier kepada pengguna berikutan pada zaman sekarang perkhidmatan kurier menjadi satu keperluan utama bagi pengguna untuk membuat penghantaran sekaligus memberikan banyak keuntungan kepada pihak pengguna dan pihak syarikat kurier sendiri. Sumber kajian yang digunakan untuk mendapat jawapan terhadap persepsi pengguna ialah berbentuk borang soal selidik yang dibuat dalam analisis kuantitatif yang terbahagi kepada dua bahagian iaitu bahagian A dan bahagian B. Seramai 100 responden terdiri daripada pengguna perkhidmatan kurier yang terdapat di kawasan Seberang Perai diambil sebagai sampel dalam kajian ini. Seterusnya, data-data yang terkumpul diproses dan dianalisis dengan menggunakan perisian Microsoft Word dan SPSS (Statistical packaging of social sciences). Dapatan kajian ini disimpulkan kepada tiga faktor iaitu faktor harga, faktor kemudahan dan faktor masa.

ABSTRACT

This study was conducted to study the perception of Serving courier among the population of the leeks. Where researchers want to unravel aspects perception the distributed by courier company to the consumer due to the present-day courier service becomes a key requirement for the consumer to make a delivery while providing many benefits to users and third-party courier company itself. Sources used to get a response to consumer perception is a questionnaire made in the quantitative analysis that is divided at two parts namely Division-A and part B. A total of 100 respondents from the courier services that are in the Seberang Perai area sampled in this research. Next, the collected data is processed and analyzed using Microsoft Word software and SPSS (Statistical packaging of social sciences). This study concluded that three factors that is factor of price, convenience factor and time factor.

KANDUNGAN		Halaman
PENGESAHAN LAPORAN PROJEK		i
PENGAKUAN		ii
PENGHARGAAN		iv
ABSTRAK		v
ABSTRACT		vi
KANDUNGAN		vii
SENARAI RAJAH		xii
SENARAI CARTA ALIRAN		xii
SENARAI JADUAL		xiii
BAB 1	PENDAHULUAN	
1.1	Pengenalan	1
1.2	Maklumat Latar Belakang	1
1.3	Penyataan Masalah	4
1.4	Objektif Kajian	5
1.5	Persoalan Kajian	5
1.6	Skop Kajian	6
1.7	Kepentingan Kajian	7
	1.7.1 Pihak Kurier	7
	1.7.2 Penduduk Seberang Perai	7

1.7.3 Pengkaji Akan Datang	7
1.8 Batasan Kajian	8
1.9 Definisi Operasional	8
1.9.1 Mengkaji	8
1.9.2 Tahap	8
1.9.3 Persepsi	9
1.9.4 Pengguna	9
1.9.5 Perkhidmatan	9
1.9.6 Kurier	10
1.9.7 Harga	10
1.9.8 Kemudahan	10
1.9.9 Masa	11
1.9.10 Pengurusan	11
1.9.11 Logistik	11
1.10 Penutup	12

BAB 2 SOROTAN KAJIAN

2.0 Pengenalan	13
2.1 Teori Dan Model	13
2.2 Perkhidmatan Kurier	16
2.3 Profil Pengguna Kurier	17
2.4 Faktor Harga	17
2.5 Faktor Kemudahan	19
2.6 Faktor Masa	20

2.7	Kesimpulan	22
-----	------------	----

BAB 3 METODOLOGI

3.0	Pengenalan	23
3.1	Rekabentuk Kajian	23
3.1.1	Carta Aliran Kajian	24
3.2	Populasi Dan Sampel	25
3.2.1	Populasi	25
3.2.2	Sampel Kajian	25
3.2.3	Jenis-Jenis Persampelan	25
3.3	Tatacara Kajian	26
3.4	Kaedah Pengumpulan Data	28
3.4.1	Data Primer	28
3.4.2	Data Sekunder	28
3.5	Instrumen Kajian Pengoperasian Pemboleh Ubah Dan Pengukuran	28
3.5.1	Bahagian A	30
3.5.2	Bahagian B	31
3.6	Kaedah Penganalisis Data	33
3.6.1	Kajian Rintis	34
3.6.2	Analisis Frekuensi	34
3.6.3	Analisis Min	34
3.7	Analisis Kebolehpercayaan Data	35
3.7.1	Ujian Rintis (Pilot Test)	35
3.7.2	Analisis Kebolehpercayaan	35

BAB 4 ANALISA DATA

4.1	Pengenalan	37
4.2	Profil Responden	37
	4.2.1 Maklumat Pengalaman Menggunakan Perkhidmatan Kurier	37
	4.2.2 Profil Responden	37
4.3	Analisis Deskriptif Pemboleh Ubah	38
	4.3.1 Tahap Persepsi Pengguna Terhadap Perkhidmatan Kurier	40
	4.3.1.1 Faktor Harga	40
	4.3.1.2 Faktor Kemudahan	42
	4.3.1.3 Faktor Masa	43
4.4	Kesimpulan	44

BAB 5 PERBINCANGAN DAN KESIMPULAN

5.0	Pengenalan	46
5.1	Perbincangan	47
	5.1.1 Perbincangan Faktor Harga Pengguna Terhadap Perkhidmatan Kurier	47
	5.1.2 Perbincangan Faktor Kemudahan Pengguna Terhadap Perkhidmatan Kurier	48
	5.1.3 Perbincangan Faktor Masa Pengguna Terhadap Perkhidmatan Kurier	49
5.2	Cadangan	50
	5.2.1 Cadangan Kepada Syarikat Kurier	51
	5.2.2 Cadangan Kepada Pengguna Perkhidmatan Kurier	53
	5.2.3 Cadangan Kepada Pihak Kerajaan	53

5.2.3 Cadangan Kepada Pengkaji Masa Depan	54
5.3 Kesimpulan	55
BIBLIOGRAPHY	57
LAMPIRAN	

SENARAI RAJAH

NO. RAJAH	TAJUK RAJAH	HALAMAN
2.1	Strategi Pemasaran 4P	14

CARTA ALIRAN

NO. CARTA	TAJUK CARTA	HALAMAN
3.1	Carta Aliran Kajian	24
3.3	Tatacara Kajian	27

SENARAI JADUAL

NO. JADUAL	TAJUK JADUAL	HALAMAN
3.1	Ciri-Ciri Demografi	30
3.2	Skala Silang	31
3.2.1	Pengukur Bagi Faktor Harga	32
3.2.2	Pengukur Bagi Faktor Kemudahan	32
3.2.3	Pengukur Bagi Faktor Masa	33
3.3	Jadual Analisa Kebolehpercayaan Data	35
4.1	Maklumat Pengalaman Menggunakan Perkhidmatan Kurier	38
4.2	Pembolehubah Persepsi Pengguna Terhadap Perkhidmatan Kurier	39
4.3	Skala Min Skor	40
4.4	Statistik Deskriptif Untuk Pemboleh Ubah	40
4.5	Nilai Min Bagi Setiap Item Dari Segi Faktor Harga	41
4.6	Nilai Min Bagi Setiap Item Dari Segi Faktor Kemudahan	42
4.7	Nilai Min Bagi Setiap Item Dari Segi Faktor Masa	44

BAB 1

PENGENALAN

1.1 PENGENALAN

Bab ini menerangkan gambaran keseluruhan mengenai latar belakang kajian, pernyataan masalah, objektif dan soalan penyelidikan. Seterusnya diikuti dengan perbincangan mengenai sumbangan kajian ini. Akhir sekali, bab ini diakhiri dengan perbincangan mengenai organisasi di bab yang seterusnya.

1.2 MAKLUMAT LATAR BELAKANG

Kurier ialah ejen atau persuruh yang ditugaskan untuk membawa berita, dokumen, atau kiriman lain dari satu tempat ke satu tempat yang lain dengan pantas dan cekap. Pada mulanya perkhidmatan kurier telah diperkenalkan oleh sebuah syarikat berskala kecil yang terletak di Amerika Syarikat seperti syarikat DHL. Perkhidmatan kurier adalah lebih cepat jika dibandingkan dengan perkhidmatan pos yang mengambil masa yang lama dalam proses penghantaran barang. Setelah perkhidmatan ini memberi banyak kelebihan kepada masyarakat, perkhidmatan ini telah berkembang ke serata dunia. Pelbagai syarikat yang menggunakan perkhidmatan ini sebagai perkara utama di samping pelbagai inovasi yang dilakukan oleh syarikat-syarikat ini bagi menarik minat masyarakat ketika itu untuk menggunakan perkhidmatan syarikat mereka.

Antara syarikat antarabangsa yang mengendalikan perkhidmatan ini ialah Syarikat Deutsche Post, FEDEX dan banyak lagi. Kesemua syarikat ini berpaksikan kepada perkhidmatan penghantaran. Di Malaysia, perkhidmatan kurier mula beroperasi di negara ini sekitar tahun 1980-an. Antara syarikat kurier yang tertua di Malaysia adalah Pos Laju. Perkhidmatan Pos Laju adalah syarikat kurier yang terkemuka di Malaysia, yang menghubungkan lebih 80% daripada kawasan berpenduduk di seluruh negara dengan penghantaran pada hari seterusnya dan perkhidmatan lain. Pos Laju mempunyai liputan yang paling luas dan kurier terbesar di Malaysia.

Perkhidmatan atau produk yang ditawarkan oleh Pos Laju boleh didapati di lebih daripada 1,000 cawangan yang terdiri daripada 704 cawangan Pos Malaysia, 264 cawangan Pos Mini, 68 cawangan Pos Laju, 151 ejen yang diberi kuasa, 24 Pos-On-Wheels, 6 kiosk Pos Laju, 13 pusat perkhidmatan Pos Laju dan 4 unit bergerak Pos Laju Go2U (<http://www.poslaju.com.my/about-us/?id=1>).

Selain daripada Pos Laju, syarikat seperti Nationwide juga menawarkan perkhidmatan yang sama. Kajian bebas yang dijalankan oleh Suruhanjaya Komunikasi dan Multimedia Malaysia (SKMM) menunjukkan perkhidmatan yang ditawarkan oleh syarikat Nationwide Express telah disenaraikan sebagai syarikat kurier yang menjadi pilihan pengguna di Malaysia. Jenama ini juga telah dianugerahkan Jenama Terbaik Malaysia 2004 dalam kategori logistik di Pameran Antarabangsa Jenama Pengguna (IBCOF) 2004. Nationwide Express telah berjaya dipilih sebagai 2005 Superbrands Malaysia dan baru-baru ini memenangi Brandlaureate 2006/2007 kerana menjadi Jenama Terbaik dalam Courier Logistics (Malaysia).

Aktiviti Nationwide Express utama adalah perkhidmatan kurier. Ia memenuhi permintaan pengguna bagi perkhidmatan yang cepat, cekap dan berkesan untuk pemindahan cepat ringan dan bernilai tinggi barangan antara lokasi. Setakat ini ia

mempunyai sejumlah 180 rangkaian, yang terdiri daripada cawangan dan ejen di seluruh Malaysia, Singapura, Brunei Darussalam, Thailand dan Arab Saudi.

Hub utama Nationwide Express terletak di Ibu Pejabat di Shah Alam, Selangor mengendalikan lebih 50,000 bungkusan sehari dan dengan kemudahan yang bakal dinaik taraf, ia boleh mengendalikan sehingga 70,000 bungkusan setiap hari. Dengan lebih 118 lokasi, Nationwide Express mempunyai rangkaian yang paling menyeluruh dan meluas di seluruh Malaysia. Nationwide Express juga mempunyai pusat yang terletak secara strategik di hampir setiap bandar di semenanjung dan Malaysia Timur, Brunei dan Singapura mencerminkan komitmen syarikat ini untuk menyediakan perkhidmatan secara lebih meluas (http://www.nationwide2u.com/v2/abt_info.cfm).

Skynet juga di antara syarikat tempatan yang menyediakan perkhidmatan penghantaran. Mula beroperasi pada 1985 dengan nama asal Sky Courier dan kemudian diubah kepada Skynet pada 1991, syarikat itu kini berada di antara lima perkhidmatan kurier pilihan pelanggan yang paling popular dan antara terbaik di Malaysia, malah di peringkat Asia. Skynet kini mempunyai 84 pejabat utama dengan kekuatan 2,066 pekerja diseluruh Malaysia. Kenderaan bermotor pula berjumlah hampir 1,000 unit termasuk motosikal, van dan lori. Antara perkhidmatan yang ditawarkan termasuklah penghantaran biasa untuk bungkusan dan surat ke seluruh Malaysia. Bergantung kepada permintaan, Skynet juga menyediakan perkhidmatan pembungkusan yang mempunyai ciri-ciri sekuriti bagi barangan penghantaran yang bernilai (valuable item) seperti "tag keselamatan" dan pengikat kabel keselamatan, selain penambahan prosedur tertentu untuk memastikan barangan bernilai adalah selamat. Selain itu, Skynet juga ada menyediakan kemudahan logistik yang merangkumi proses penghantaran barang dagangan melibatkan aktiviti pelepasan kastam, import dan eksport, penggudangan dan pick & pack. Skynet amat mementingkan perkakasan teknologi informasi, peralatan berteknologi, kelengkapan

dan penggunaan alat mekanikal yang mempunyai fungsi tertentu untuk menjamin setiap penghantaran tiba dengan selamat dari satu destinasi ke satu destinasi yang lain (<http://www.utusan.com.my/bisnes/usahawan/skynet-tingkat-mutu-penghantaran-1.351060#ixzz4cldrMBwh>).

1.3 PENYATAAN MASALAH

Kewujudan syarikat-syarikat kurier di Malaysia telah berkembang pesat dan pembangunannya seiring dengan teknologi pada abad ini. Syarikat kurier telah memberi banyak impak positif kepada orang awam yang menggunakan perkhidmatannya. Perkhidmatan yang ditawarkan oleh syarikat kurier ini telah memberi banyak kemudahan dan kesenangan kepada orang awam dalam perkhidmatan logistik dan penghantaran barangan. Namun, disebalik setiap kejayaan terdapat juga unsur-unsur negatif yang boleh merencatkan perkembangan perkhidmatan kurier. Barangan tidak sampai (Sinar Harian, 2014). Dalam artikel ini, seorang pengadu mempersoalkan perkhidmatan Pos Laju yang disediakan Pos Malaysia apabila terpaksa mengambil sendiri barangan yang dikirim kepadanya di kaunter Pos Laju. Menurutnya, sudah lebih 10 kali masalah itu berlaku membuatkan dia hilang sabar. Perkara ini telah diadakan kepada pihak pengurus Pos Laju namun tiada tindakan yang sepatutnya. Penurunan permintaan dalam penggunaan perkhidmatan kurier disebabkan oleh kemunculan teknologi siber (Bernama, 2014). Dalam artikel ini, menyatakan bahawa agensi perkhidmatan pos di seluruh dunia mengalami penurunan dari segi penggunaan mel konvensional sejak kemunculan mel dalam dunia siber iaitu 'emel' menyebabkan kerajaan bersetuju dengan kenaikan caj perkhidmatan pos. Barang tidak sampai dan barang tidak diuruskan dengan baik (SuaraDungun.com) (<http://www.suaradungun.com/2017/01/panas-skynet-dungun-didakwa-ambil-mudah.html?m=1>). Berdasarkan artikel ini, seorang pelanggan yang mengadu bahawa barang yang patut diterimanya telah dihantar oleh pihak Skynet.

Malangnya, apa yang diharapkan berlaku sebaliknya. Beliau mendapati barang yang berada di bahagian belakang premis tidak diuruskan dengan baik, malah terdapat juga kiriman pelanggan lain berupa printer, periuk elektrik hanya terbiar tanpa pengawasan CCTV daripada pihak terbabit.

Oleh itu, kajian ini adalah bertujuan untuk melihat tahap persepsi pengguna terhadap faktor harga, faktor kemudahan dan faktor masa dalam penggunaan perkhidmatan kurier.

1.4 OBJEKTIF KAJIAN

Secara umumnya, kajian ini dijalankan untuk mengkaji tahap persepsi pengguna terhadap faktor harga, faktor kemudahan dan faktor masa dalam penggunaan perkhidmatan kurier. Objektif khusus kajian ini adalah seperti berikut:

1. Mengenalpasti sama ada tahap persepsi pengguna terhadap faktor harga yang dikenakan kepada pengguna di Seberang Perai.
2. Mengenalpasti sama ada tahap persepsi pengguna terhadap faktor kemudahan yang disediakan di kalangan pengguna di Seberang Perai.
3. Mengenalpasti sama ada tahap persepsi pengguna terhadap faktor masa yang diambil di kalangan pengguna di Seberang Perai.

1.5 PERSOALAN KAJIAN

Berdasarkan latar belakang kajian dan objektif kajian, secara umumnya kajian ini adalah untuk menjawab persoalan “tahap persepsi pengguna terhadap faktor harga, faktor kemudahan dan faktor masa dalam penggunaan perkhidmatan kurier? Secara khususnya, kajian ini bertujuan untuk menjawab persoalan kajian berikut:

1. Apakah tahap persepsi pengguna terhadap faktor harga yang dikenakan?
2. Apakah tahap persepsi pengguna terhadap faktor kemudahan yang disediakan oleh syarikat kurier?
3. Apakah tahap persepsi pengguna terhadap faktor masa yang di ambil dalam perkhidmatan kurier?

1.6 SKOP KAJIAN

Skop kajian menjadi keutamaan dalam satu-satu kajian sebagai panduan supaya tidak tersasar dari objektif sebenar. Pengkaji telah memilih untuk membuat kajian terhadap persepsi pengguna terhadap perkhidmatan kurier di kalangan penduduk Seberang Perai. Dalam kajian ini pengkaji mengkaji persepsi pengguna terhadap perkhidmatan kurier dari segi faktor harga, faktor kemudahan dan faktor masa. Borang soal selidik digunakan sebagai alat kajian untuk mendapatkan data-data bagi memudahkan pengkaji menganalisis data yang diperolehi untuk mencapai objektif kajian.

Dalam kajian ini sebanyak 100 borang soal selidik akan diedarkan kepada responden iaitu pengguna perkhidmatan kurier di syarikat-syarikat kurier yang terdapat di sekitar Seberang Perai. Antaranya syarikat kurier tersebut ialah Pos Laju (Jalan Bagan Baru 1, Dermaga Dalam, 1200 Butterworth, Pulau Pinang), Skynet Worldwide (M) Sdn. Bhd. (No 17, Jalan Perai Jaya 5, Bandar Perai Jaya, 13700 Perai, Pulau Pinang) dan City-Link Express (M) Sdn. Bhd. (No 18, Jalan Perusahaan Baru 1, Taman Sagajaya, 13600 Perai, Pulau Pinang).

1.7 KEPENTINGAN KAJIAN

Kajian ini amat penting kerana ia dapat dijadikan sebagai asas yang perlu diberi penekanan oleh pihak kurier. Selain daripada itu, ia juga dapat mengenalpasti masalah atau isu yang dihadapi oleh pelbagai pihak. Diharapkan dapatan kajian ini akan dapat memenuhi keperluan pelbagai pihak seperti keperluan syarikat kurier secara amnya. Kajian ini dapat membantu pihak pengurusan syarikat kurier mengenalpasti corak pengurusan perkhidmatan yang ditawarkan. Kami menilai dari tiga aspek iaitu:

1.7.1 Pihak Kurier

Kajian ini adalah penting kepada pihak kurier bertujuan mengetahui jika terdapat kelemahan ataupun kekurangan yang wujud serta dapat meningkatkan servis berdasarkan penilaian yang dibuat oleh pengguna dan salah satunya adalah pengguna di kalangan penduduk di sekitar Seberang Perai. Justeru itu, kajian ini dapat membantu pihak kurier untuk lebih maju dan meningkatkan mutu perkhidmatannya kepada pengguna.

1.7.2 Penduduk Seberang Perai

Kajian ini dibuat adalah bertujuan mengkaji persepsi pengguna perkhidmatan kurier dikalangan penduduk Seberang Perai. Selain itu, kajian ini juga mengenalpasti kelemahan perkhidmatan yang memberi kesan kepada para pengguna.

1.7.3 Pengkaji akan datang

Kajian ini dapat digunakan kepada bakal penyelidik akan datang kerana mereka dapat memperoleh maklumat yang berkaitan bagi tujuan membuat kajian susulan. Maklumat ini juga dapat memudahkan pihak pengkaji untuk kajian mereka kerana ia telah

diadaptasi dari kajian ini. Seterusnya, kajian ini juga dapat menjadi sumber rujukan dan panduan pada masa akan datang.

1.8 BATASAN KAJIAN

Antara batasan kajian ini adalah tentang kekangan masa, faktor kos, membataskan penyelidikan kepada para pelajar. Menjadikan penduduk Seberang Perai sebagai sampel kajian. Pemilihan sampel di kalangan para penduduk Seberang Perai dianggap bersesuaian. Namun ianya tidak boleh dijadikan rumusan atau generalisasi berhubung dengan penggunaan perkhidmatan kurier di dalam negara. Selain itu, kajian yang dijalankan tidak merangkumi pandangan di kalangan penduduk setempat yang lain. Dengan ini membataskan kajian penyelidik kepada penilaian berdasarkan pandangan para penduduk Seberang Perai yang menggunakan perkhidmatan kurier.

1.9 DEFINISI OPERASIONAL

1.9.1. Mengkaji

Menurut Buku Pelaburan, mengkaji merujuk kepada kepada aktiviti mengumpul, menganalisis, mentafsir dan seterusnya melaporkan maklumat yang di selidik tentang sesuatu perkara.

Dalam konteks kajian ini, mengkaji merujuk kepada satu aktiviti yang dijalankan oleh pengkaji atau penyelidik bagi mengumpul pelbagai maklumat yang berkaitan dengan perkara yang ingin dikaji.

1.9.2 Tahap

Mengikut Kamus Dewan Bahasa dan Pustaka (1994), tahap adalah peringkat, tingkat pemikirannya sudah sampai ke peringkat yang begitu tinggi. Mengikut konteks kajian,

tahap mengukur kepada kadar-kadar semaksimum kepuasan individu terhadap sesuatu yang dirasa, dicapai dan sebagainya.

1.9.3 Persepsi

Menurut Shaleh (2009), Persepsi adalah kemampuan membandingkan, mengelompokkan, memfokuskan perhatian terhadap suatu objek dalam proses pengelompokan, dan membandingkan persepsi melibatkan proses tafsiran berdasarkan pengalaman terhadap satu peristiwa atau objek.

1.9.4 Pengguna

Pengguna adalah orang yang menggunakan barang, perkhidmatan dan alam sekitar untuk memenuhi keperluan dan kehendak dalam kehidupan. pengguna perlu tahu hak mereka selepas membeli, atau menggunakan perkhidmatan yang memenuhi keperluan hidup dalam hidup.

1.9.5 Perkhidmatan

Menurut Kamus Dewan dan Pustaka Edisi (2013), perkhidmatan adalah kerja yang dilakukan oleh seseorang individu atau kumpulan individu yang memberi manfaat kepada orang lain (tanpa menjual barang). Ini termasuk memberikan tenaga, kemahiran, kepakaran dan pengalaman yang memberikan manfaat kepada orang lain atau pelanggan. Menurut Kotler & Armstrong (1998) perkhidmatan ialah bentuk keluaran yang mengandungi aktiviti, faedah atau kepuasan yang ditawarkan untuk jualan dan bersifat tidak ketara dan tidak menghasilkan sebarang pemilikan.

1.9.6 Kurier

Kurier adalah perkhidmatan penghantaran surat atau barang dengan segera. Harga perkhidmatan kurier ini adalah lebih mahal berbanding dengan perkhidmatan pos biasa. Servisnya pula terus ke pintu rumah atau pintu pejabat.

1.9.7 Harga

Menurut Buku Asas Pengurusan Perniagaan, harga didefinisikan sebagai menentukan keuntungan kepada pengeluar atau penjual di samping memberi persepsi kepada pihak pembeli terhadap pengeluaran yang mereka beli. Harga adalah nilai samada melalui wang ataupun penukaran barang. Dalam konteks kajian ini, harga merujuk kepada nilai yang dikenakan kepada pengguna perkhidmatan kurier di kawasan Seberang Perai sama ada menggunakan perkhidmatan penghantaran barang atau penerimaan barangan. Di mana setiap syarikat kurier mengenakan harga yang berbeza-beza mengikut berat barang, jarak perhantaran.

1.9.8 Kemudahan

Mengikut Kamus Dewan Bahasa dan Pustaka (1994), kemudahan ialah perihal atau keadaan mudah, kesenangan, keselesaan. Dalam konteks kajian ini pula menyatakan bahawa kemudahan adalah sesuatu barang atau perkhidmatan yang boleh menyenangkan dan memudahkan orang yang ingin menggunakannya iaitu kemudahan-kemudahan yang disediakan oleh perkhidmatan kurier untuk setiap pengguna seperti perkhidmatan kaunter, peti cadangan, 'online tracking'.

1.9.9 Masa

Menurut Kamus Dewan Edisi Keempat (2005), menepati waktu merupakan persetujuan (secara lisan atau bertulis) untuk melaksanakan atau memberikan sesuatu. Ringkasnya kita boleh mengatakan bahawa menepati waktu atau masa merupakan pelakuan yang mencirikan seseorang individu sentiasa melakukan sesuatu tanggungjawab mahupun tugas mengikut waktu yang telah ditetapkan ataupun dipersetujui secara lisan mahupun bertulis.

1.9.10 Pengurusan

Pengurusan terdiri daripada pengarah dan pengawalan sebuah kumpulan atau organisasi yang terdiri daripada satu atau lebih individu bertujuan menyelaraskan dan mengharmonikan kumpulan atau organisasi tersebut mencapai sesuatu matlamat. Ia merangkumi penggunaan sumber manusia, kewangan, dan teknologi, serta sumber alam semula jadi. Pengurusan juga boleh merujuk kepada seorang atau sekumpulan individu yang menjalankan fungsi pengurusan.

1.9.11 Logistik

Logistik adalah pengurusan aliran sumber (bahan mentah, produk, ubat-ubatan, peralatan, makanan, maklumat, serbuk dan juga tenaga) dari lokasi ianya diwujudkan hingga ke destinasi pengguna dan pembeli. Aktiviti logistik fizikal selalunya disusuli dengan integrasi maklumat seperti pengendalian produk, produksi, pembungkusan, inventori, pengangkutan, pergudangan dan keselamatan. Kerumitan proses logistik ini boleh dipermudahkan dengan perisian teknologi yang serba canggih yang membolehkan analisa, pergerakan dan maklumat-maklumat lain yang berkaitan inventori dikawal dengan rapi serta tepat. Secara tak langsung, kemudahan perisian ini membolehkan syarikat logistik dan pembeli atau pengguna berkomunikasi dan

berkongsi maklumat produk dengan lebih tepat.

1.10 PENUTUP

Setelah menjalankan kajian ini, penyelidik dapat menerangkan serba sedikit mengenai persepsi pengguna terhadap perkhidmatan kurier di kalangan penduduk Seberang Perai. Malah dalam bab ini juga menerangkan tentang pernyataan masalah yang merujuk kepada masalah yang ingin dikaji. Justeru itu, persoalan kajian, kepentingan kajian dan batasan kajian turut dinyatakan di dalam bab ini. Seterusnya, dalam bab yang berikut iaitu bab 2 akan menceritakan tentang kajian kes yang dijalankan oleh pengkaji-pengkaji sebelum ini. Ini diikuti dengan bab 3 yang menerangkan tentang metodologi yang digunakan bagi dalam kajian ini. Seterusnya, bab ini juga menerangkan tentang reka bentuk kajian, sampel kajian, model kajian, instrumen kajian dan ujian rintis.

BAB 2

SOROTAN KAJIAN

2.0 PENGENALAN

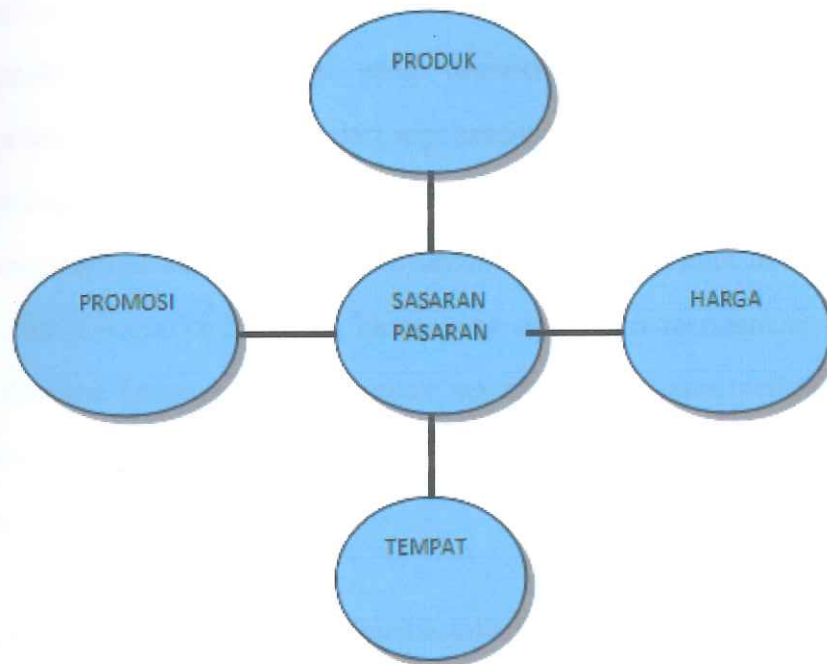
Dalam bab ini, pengkaji mengemukakan pelbagai rujukan yang digunakan seperti Strategi Pemasaran 4P. Ia bertujuan untuk memudahkan pengkaji menilai persepsi pengguna terhadap perkhidmatan kurier di kalangan penduduk Seberang Perai. Antara faktor-faktor adalah seperti harga, kemudahan, dan masa yang ditawarkan oleh pihak kurier.

Faktor-faktor tersebut adalah amat penting untuk membuktikan samada tahap penggunaan perkhidmatan kurier di kalangan penduduk di sekitar Seberang Perai mendapat sambutan ataupun sebaliknya. Oleh yang demikian, pengkaji ingin mengkaji dengan lebih terperinci lagi berkaitan dengan persepsi pengguna terhadap perkhidmatan kurier di kalangan penduduk Seberang Perai.

2.1 TEORI DAN MODEL

Kepuasan pengguna terhadap produk sering dikaitkan dengan strategi pemasaran 4P. Sesebuah organisasi atau syarikat perlulah menjalankan strategi pemasaran 4P yang berkesan dan efektif bagi memastikan setiap produk yang dipasarkan di pasaran dapat memenuhi keperluan serta kehendak pengguna dan juga mendapat pandangan atau reaksi yang positif daripada pengguna. Menurut Jerome McCarthy (1960), strategi

pemasaran 4P diklafikasikan sebagai salah satu kaedah untuk membangunkan strategipemasaran yang efektif dimana ia merangkumi produk, harga, tempat dan promosi yang biasa digunakan oleh pengurus pemasaran seperti yang ditunjukkan di rajah 2.1 :



Rajah 2.1 : Strategi Pemasaran 4P

Produk merupakan elemen yang paling utama yang digunakan didalam strategi pemasaran. Produk boleh didefinisikan sebagai suatu barangan yang boleh dilihat dengan mata kasar atau perkhidmatan yang tidak dapat dilihat yang dihasilkan didalam kuantiti tertentu bagi menyampaikan kepada pengguna. Menurut James McCarthy (1960) , produk didefinisikan sebagai *"A tangible goods or an intangible services that is mass produced or manufactured on a large scale with a specific volume of units"* yang bermaksud barangan yang nyata atau perkhidmatan yang dihasilkan secara skala besar dengan jumlah unit tertentu. Jesteru itu, bagi memenuhi segala kepuasan pengguna terhadap sesebuah produk atau perkhidmatan, aspek kualiti perlu dititik beratkan.

Harga merupakan salah satu elemen yang penting bagi melaksanakan aktiviti pemasaran. Harga merujuk kepada jumlah bayaran yang dikeluarkan oleh pengguna bagi membeli sesuatu produk ataupun menggunakan perkhidmatan yang ditawarkan. Kenyataan ini disokong oleh Larry Steven Londre (2009), dimana beliau menyatakan *"Price refers to all aspect regarding pricing. The price consumers are willing to pay."* yang membawa maksud harga yang diletakkan bagi sesebuah produk atau perkhidmatan perlulah berpatutan dari segi kualiti dan tidak terlampau membebankan pengguna supaya tidak berlakunya kekurangan permintaan daripada pengguna yang boleh menyebabkan kerugian kepada syarikat pengeluar produk atau perkhidmatan. Menurut Jed C.Jones Ph.D (2007) harga yang diletakkan memainkan peranan yang penting didalam keupayaan memasarkan sesuatu produk atau perkhidmatan. Oleh yang demikian, peletakan harga mempengaruhi perubahan dalam jumlah jualan samada meningkat ataupun menurun.

Promosi merupakan aktiviti untuk memasarkan produk atau perkhidmatan syarikat bagi menyampaikan maklumat-maklumat mengenai produk sedia ada yang ditawarkan supaya dapat menarik minat pengguna untuk membeli dan menggunakan produk tersebut. Terdapat pelbagai kaedah boleh digunakan untuk menjalankan aktiviti promosi, antaranya ialah seperti pengiklanan melalui media masa, media cetak serta media elektronik. Menurut Larry Steven Londre (2009), promosi merujuk kepada *"The communication element includes personal and non-personal communication activities that communicate the merits of the overall product, which include Personal Selling, Advertising, Sales Promotion, Collateral Marketing, Direct Marketing and Public Relations."* yang bermaksud elemen komunikasi termasuk aktiviti komunikasi peribadi dan bukan peribadi yang berkomunikasi merit secara keseluruhan produk, termasuk jualan peribadi, pengiklanan, promosi jualan, pemasaran cagaran, pemasaran langsung dan perhubungan awam.

Akhir sekali, lokasi juga merupakan salah satu elemen yang sangat penting kepada pengguna. Lokasi boleh dirujuk sebagai tempat pengguna mendapatkan produk atau perkhidmatan yang diingini. Lokasi yang strategik dapat memudahkan pengguna. Hal ini disebabkan lokasi yang mudah dicari serta berhampiran dengan kediaman pengguna yang secara tidak langsung menjimatkan masa pengguna untuk membeli atau menggunakan perkhidmatan yang ditawarkan. Menurut Larry Stevan Londre (2009), beliau mendefinisikan lokasi sebagai "*The company's activities that make the product available, using distribution and trade channel, coverage, assortment, locations, inventory and transportation characteristic and alternatives. Typical supply chain consist of four links in the chain such as Producer, /Factory/Manufacturer, Distributor, Wholeseller, Retailer, supplying the consumer and user.*" yang bermaksud aktiviti syarikat yang membuat produk sedia ada, menggunakan saluran pengedaran dan perdagangan, perlindungan, pelbagai, lokasi, inventori dan pengangkutan dan alternatif. Rantainya bekalan tipikal terdiri daripada empat linksin rantai seperti Pengeluar, / Kilang / Pengeluar, pengedar, pemborong, peruncit membekalkan pengguna dan pengguna. Secara kesimpulannya, untuk mengkaji perspsi pengguna terhadap perkhidmatan kurier, pengkaji menekankan faktor harga, kemudahan dan masa.

2.2 PERKHIDMATAN KURIER

Kurier ialah perkhidmatan menghantar surat atau barang dengan segera. Maknanya, sekiranya barang dihantar hari ini, esok akan sampai (kebiasanya). Ditakrifkan sebagai ejen atau pesuruh yang ditugaskan untuk membawa berita, dokumen atau kiriman lain dari satu tempat ke tempat yang lain dengan pantas dan cekap. Antara syarikat kurier tempatan di Malaysia adalah seperti Poslaju, Nationwide, Gdex, Citylink, Abx dan banyak lagi. Syarikat antarabangsa adalah seperti Fedex, DHL, Ups, Tnt dan banyak lagi.

Servisnya pula terus ke pintu rumah atau pintu pejabat serta dilengkapi dengan ciri kemudahan menjejak dan disediakan di luar sistem pos sejagat. Sebagai bukti serah barang, kurier memerlukan tandatangan, nama dan nombor kad pengenalan penerima dan cop syarikat (sekiranya ada).

2.3 PROFIL PENGGUNA KURIER

Jantina responden dibahagikan kepada dua iaitu lelaki dan perempuan. Bilangan responden lelaki yang diperolehi ialah sebanyak 54 peratus manakala bagi bilangan responden perempuan pula sebanyak 46 peratus. Dapatan ini adalah selari dengan bancian negara yang dilakukan pada 2010 yang menunjukkan bilangan penduduk lelaki lebih ramai dibandingkan dengan jumlah penduduk perempuan (<https://www.statistics.gov.my>). Hasil kajian menunjukkan bahawa bilangan pengguna perkhidmatan kurier di sekitar Seberang Perai yang berumur 15 hingga 30 tahun iaitu sebanyak 54 peratus iaitu bersamaan dengan 54 orang. Ini adalah konsisten dengan apa yang dilaporkan oleh Jabatan Perangkaan Malaysia (2010) yang mana golongan ini merupakan bilangan penduduk Malaysia yang paling ramai manakala 31 hingga 40 tahun sebanyak 34 peratus bersamaan 34 orang dan 46 tahun ke atas 12 peratus bersamaan 12 orang.

2.4 FAKTOR HARGA

Menurut kamus dewan edisi keempat (2005) Harga yang perlu dibayar untuk memperoleh, mengeluarkan, menyenggara, disebabkan sesuatu, biasanya merupakan wang, masa dan tenaga, perbelanjaan . Faktor kos yang digunakan untuk membuat sesuatu komoditi, iaitu upah dan faedah sampingan yang dibayar kepada buruh , sewa hartanah untung yang dibayar kepada kos usahawan dan kos bahan. Definisi harga menurut Kotler dan Armstrong (2001) adalah sejumlah wang yang dikenakan atas

suatu produk atau perkhidmatan, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen kerana memiliki atau menggunakan produk atau perkhidmatan tersebut.

Menurut Lamb.W, Hair.H, McDaniel.K (2001) menyatakan harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan sesuatu barangan atau perkhidmatan. Menurut kata, Kevin.A.R Hartley.H, RudeLius.W (2009) menyatakan, objektif penentuan harga dalam organisasi berkait rapat dengan pemasaran dan pelan strategik. Bagi menentukan objektif penentuan harga, nilai sesuatu produk dan perkhidmatan mestilah saling bergantung dengan kewangan syarikat, dimana pulangan sesuatu modal telah dikeluarkan.

Pengguna pada era modenisasi ini semakin kenal erti yang diletakkan keatas sesuatu produk atau perkhidmatan. Seseengah pengguna tidak menghiraukan harga sesuatu perkhidmatan itu dan hanya mengutamakan kemahuan hasrat mereka tercapai. Oleh itu, pengguna yang prihatin akan harga yang ditawarkan bagi perkhidmatan kurier akan membuat perbandingan harga sebelum membuat perbandingan sebelum membuat keputusan pembelian.

Kesimpulannya, harga merupakan satu medium penting dalam campuran pemasaran, namun ia adalah peringatan kepada pengguna terhadap nilai perkhidmatan kurier. Harga yang tinggi bagi perkhidmatan kurier akan mengurangkan kadar permintaan, begitu juga jika berlaku sebaliknya. Akhir sekali, pengguna akan menggunakan perkhidmatan kurier yang memberikan kualiti terbaik dari segi faedah yang diterima sebagai balasan untuk harga yang dibayar. Berdasarkan pengertian harga dapat disimpulkan bahawa harga adalah nilai wang yang ditentukan secara global yang harus dikeluarkan oleh seseorang untuk mendapatkan suatu produk atau perkhidmatan yang diinginkan. Peranan harga tidak terlepas dari proses jual beli suatu produk atau perkhidmatan. Harga membantu konsumen untuk menentukan seseorang akan

membeli barang atau tidak. Suatu perniagaan menentukan nilai untuk mendapatkan keuntungan lebih dari produk yang dijual perusahaan tersebut.

2.5 FAKTOR KEMUDAHAN

Menurut Kamus Dewan Edisi Kedua (1994), infrastruktur bermaksud kemudahan atau perkhidmatan asas seperti kemudahan pengangkutan, kesihatan, bekalan elektrik dan air untuk membangunkan sesuatu masyarakat.

Selain itu, menurut Kamus Dewan Edisi Keempat (2005) memberikan dua definisi iaitu struktur asas sesuatu organisasi, sistem dan sebagainya. Kemudahan dan perkhidmatan asas seperti kemudahan pengangkutan, pendidikan, kesihatan dan bekalan kuasa elektrik dan pelbagai kemudahan yang lain yang diperlukan untuk pembangunan dan pertumbuhan sesebuah masyarakat, negara, organisasi dan prasarana.

Seterusnya, menurut Kamus Dewan Edisi Keempat (2005) kemudahan awam ialah perkhidmatan dan infrastruktur yang disediakan oleh disediakan oleh pihak berkuasa atau kerajaan untuk keperluan orang ramai, seperti bekalan elektrik, jambatan, jalan raya dan sebagainya. Kebanyakan pengguna bukan sahaja mengambil kira akan tahap kepuasan penggunaan mereka dalam perkhidmatan kurier, tapi mereka juga prihatin terhadap kualiti perkhidmatan atau servis yang diberikan. Mereka menganggap kualiti perkhidmatan yang diberikan dalam penggunaan perkhidmatan kurier itu amatlah penting bagi menjamin kepuasan mereka. Menurut definisi kualiti yang dijelaskan oleh tokoh-tokoh tersebut, sudah jelas menunjukkan bahawa kualiti sesuatu produk atau perkhidmatan itu adalah amat penting untuk memenuhi kehendak dan keperluan pelanggan.

Di dalam menjaga kualiti produk ataupun perkhidmatan, peranan pekerja juga penting untuk memastikan aktiviti atau proses mencapai objektif perkhidmatan serta standard kualiti yang bermutu. Setiap bahagian bermula dari pihak pengurusan sehinggalah kepada posmen, perlu memiliki kesedaran terhadap pentingnya kualiti dalam semua aspek proses dan aktiviti, malah aktiviti kerja juga menyumbang kepada kecekapan dan prestasi yang tinggi. Sebuah syarikat mestilah komited untuk memastikan tahap pencapaiannya adalah dengan kecatatan sifar atau dikenali sebagai "zero defect".

Perkhidmatan kurier haruslah berkualiti dan dapat memenuhi ciri-ciri keselamatan dari segi kebajikan pengguna yang dapat melindungi kualiti perkhidmatan tersebut. Selain itu, sistem perkhidmatan kurier yang diberikan hendaklah berkesan, cepat, dan mesra pengguna.

Akhir sekali, terbukti bahawa kualiti sesuatu perkhidmatan atau produk merupakan antara perkara yang dititikberatkan oleh para pengguna bagi menjamin kepuasan penggunaan mereka. Pengkaji perlu menegaskan bahawa pengguna akan menggunakan perkhidmatan kurier ini jika kualiti perkhidmatan yang disediakan adalah baik dan bermutu seiring dengan harga yang dikenakan. Ini adalah disebabkan oleh pengguna beranggapan bahawa harga yang mahal akan mendorong kepada produk atau perkhidmatan yang berkualiti.

2.6 FAKTOR MASA

Menurut kamus dewan edisi keempat (2005), menepati waktu merupakan persetujuan (secara lisan atau bertulis) untuk melaksanakan atau untuk memberikan sesuatu. Ringkasnya kita boleh mengatakan bahawa menepati waktu atau masa merupakan perlakuan yang mencirikan seseorang individu sentiasa melakukan sesuatu tanggungjawab mahupun tugas mengikut waktu yang telah ditetapkan ataupun dipersetujui secara lisan mahupun bertulis.