

MENGGAJI PERSEPSI PENIAGA BUTIK TENTANG PERANAN *ROLE MODEL*  
YANG MENYUMBANG KEPADA PERNIAGAAN DI SEBERANG PERAI  
TENGAH, PULAU PINANG

NUR ADILAH BINTI ABDUL MANAF	10DPM14F1017
SHARIFAH ELIANA FARAHIN BINTI SYED JOHARI	10DPM14F1025
NURUL SUAIDAH BINTI MOHD TAIB	10DPM14F1047
MAS ALYA BINTI MAZLAN	10DPM14F1057
NURUL LIYANA BINTI SHARI	10DPM14F1067
NUR AISYAH BINTI ABDUL HAMID	10DPM14F1071

DIPLOMA PENGAJIAN PERNIAGAAN

JABATAN PERDAGANGAN  
POLITEKNIK SEBERANG PERAI

JUN 2016

## PENGHARGAAN

Alhamdulillah syukur kita terhadap Allah S.W.T kerana kami sekumpulan telah pun menyempurnakan penyelidikan ini dalam tempoh yang ditetapkan. Di kesempatan ini juga, kami merakamkan setinggi – tinggi penghargaan dan bersyukur kehadiran illahi dengan limpah kurnia-Nya kami dapat menyiapkan kajian mengenai **“Persepsi Peniaga Butik Tentang Peranan *Role Model* Yang Menyumbang Kepada Perniagaan Di Seberang Perai Tengah, Pulau Pinang.”** dengan jayanya. Setinggi-tinggi penghargaan juga diucapkan kepada Dr. Nor Hasni Binti Haron kerana sudi memberi peluang serta tunjuk ajar dan membantu kami dalam menjalani penyelidikan ini. Beliau banyak membantu kami dalam memberikan cadangan dan pendapat yang bernas dalam menyelesaikan penyelidikan ini. Segala tunjuk ajar yang diberikan amat dihargai dan akan dijadikan sebagai satu pengalaman serta panduan untuk digunakan pada masa hadapan.

Akhir sekali, Jutaan terima kasih juga diatas kerjasama yang diberikan kepada pihak-pihak yang terlibat di atas sumbangan yang diberikan, iaitu pihak Politeknik Seberang Perai, peniaga butik di kawasan Seberang Perai Tengah serta semua yang turut membantu, memberi tunjuk ajar, nasihat, sokongan dan dorongan yang diberikan. Tanpa tunjuk ajar daripada mereka kami mungkin tidak dapat menyiapkan laporan ini dengan sebaiknya.

Sekian Wassalamualaikum.

## ABSTRAK

*Role model* merupakan teladan yang baik perlu dicontohi. Sejak kebelakangan ini, ramai peniaga yang mudah putus asa dalam memperkembangkan lagi perniagaan. Oleh yang demikian, persepsi peniaga butik mengenai *role model* ini amatlah penting bagi membina semula semangat berniaga dalam kalangan peniaga butik. Dengan adanya *role model* ini para peniaga akan menjadikan seseorang itu contoh teladan yang dianggap sebagai *role model*, contohnya mengikut nasihat dan cara pengurusan perniagaan *role model* tersebut sehingga membuahkan hasil. Selaras dengan itu, pihak yang bertanggungjawab telah mengadakan program keusahawanan berjaya dalam membentuk semangat untuk menjalankan perniagaan dengan terus maju. Kajian ini dijalankan untuk mengkaji “Persepsi Peniaga Butik Tentang Peranan *Role Model* Yang Menyumbang Kepada Perniagaan Di Seberang Perai Tengah, Pulau Pinang. Kajian ini juga mengkaji sama ada *role model* dapat meningkatkan lagi motivasi, personaliti dan populariti dalam kalangan peniaga butik. Bagi mencapai objektif kajian, maklumbalas dikumpul daripada responden secara rawak. Seramai 100 orang responden telah dipilih secara rawak daripada keseluruhan peniaga yang berada di sekitar Seberang Perai Tengah dan kaedah tinjauan digunakan dengan mengedarkan soalan kaji selidik kepada responden yang terpilih. Dapatan kajian menunjukkan bahawa personaliti *role model* menjadi keperluan utama dalam kalangan peniagabutik.

## ABSTRACT

Role model is a good example to be emulated. In recent years, many traders are easily discouraged in further developing the business. The perception boutique dealer's role model is particularly crucial for rebuilding the business spirit among traders. With this model, the role of the dealer will make a person who is regarded as exemplary role models for example by way of advice and business management role model is so fruitful. Accordingly, the parties held responsible entrepreneurship programs successful in creating enthusiasm for doing business with moving forward. This study was conducted to study "Perceptions about the role of the dealer Boutiques Role Model Contributing To Business In Seberang Perai Tengah, Pulau Pinang. It also examined whether the role model can enhance motivation, personality and popularity among traders boutique. To achieve the objectives of the study, feedback was collected from respondents at random. A total of 100 respondents were randomly selected from the entire business around Seberang Perai Tengah and the survey method used to distribute the survey questions were selected from the respondent. The findings indicated that personality is the primary need role models among traders boutique.

<b>ISI KANDUNGAN</b>	<b>Halaman</b>
<b>PENGESAHAN LAPORAN PROJEK</b>	i
<b>PENGAKUAN</b>	ii-iii
<b>PENGHARGAAN</b>	iv
<b>ABSTRAK</b>	v
<b>ABSTRACT</b>	vi
<b>SENARAI JADUAL</b>	vii
<b>SENARAI RAJAH</b>	viii
<b>BAB 1 PENGENALAN</b>	1
1.1 Latar Belakang Kajian	1-3
1.2 Pernyataan Masalah	4-6
1.3 Objektif Kajian	6
1.4 Persoalan Kajian	7
1.5 Skop Kajian	7-8
1.6 Kepentingan Kajian	8
1.6.1 Kepentingan Kepada Peniaga	8
1.6.2 Kepentingan Kepada Perunding Perniagaan	8-9
1.6.3 Kepentingan Kepada Pengkaji Akan Datang	9
1.7 Definisi Operasi	9
1.7.1 Definisi Peniaga Butik	9
1.7.2 Definisi <i>Role Model</i>	10
1.7.3 Definisi Usahawan	10-11
1.8 Limitasi Kajian	11
	12
<b>BAB 2 SOROTAN KAJIAN</b>	
2.1.Pengenalan	12-13
2.2 Faktor Motivasi	13-16

2.3 Faktor Personaliti	17-20
2.4 Faktor Populariti	20-23
2.5 Kesimpulan	23-24
	25
<b>BAB 3 METODOLOGI</b>	
3.1 Pengenalan	25
3.2 Rekabentuk Kajian	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data	27
3.3.1 Data Primer	27
3.3.2 Data Sekunder	27
3.4 Populasi Dan Sampel	28
3.5 Alatan Kajian/Instrument	29
3.5.1 Borang Soal Selidik – Bahagian A Dan B	29-32
3.6 Kaedah Analisis Data	32-34
3.7 Data Analisis	35
3.8 Kesimpulan	36
	37
<b>BAB 4 KEPUTUSAN KAJIAN</b>	
4.1 Pengenalan	37
4.2 Analisis Kebolehpercayaan Data	38
4.3 Dapatan Kajian	39
4.3.1 Bahagian A : Latar Belakang Responden	39-43
4.3.2 Bahagian B : Soalan Berdasarkan Objektif Kajian	44-53
4.4 Kesimpulan	53-54

<b>BAB 5 PERBINCANGAN, CADANGAN DAN KESIMPULAN</b>	<b>55</b>
5.1 Pengenalan	55-56
5.2 Perbincangan	56
5.2.1 Perbincangan Untuk Mengenalpasti Sama Ada Personaliti <i>Role Model</i> Mempengaruhi Peniaga Butik Dalam Perniagaan	56-58
5.2.2 Perbincangan Untuk Mengenalpasti Sama Ada Motivasi <i>Role Model</i> Mempengaruhi Peniaga Butik Dalam Perniagaan	58-60
5.2.3 Perbincangan Untuk Mengenalpasti Sama Ada Populariti <i>Role Model</i> Mempengaruhi Peniaga Butik Dalam Perniagaan.	60-62
5.3 Implikasi Kajian	62-63
5.4 Cadangan	63
5.4.1 Cadangan Kepada Peniaga Butik	63-64
5.4.2 Cadangan Kepada Perunding Perniagaan	64
5.4.3 Cadangan Kepada Pengkaji Akan Datang	65
5.5 Kesimpulan	65-66

## **BIBLIOGRAFI**

## **LAMPIRAN**

## SENARAI JADUAL

No. Jadual	Tajuk	Halaman
3.1	Petunjuk Skala Likert	31-32
3.2	Tatacara Kajian	32
3.3	Nilai Min Skor Bagi Menentukan Tahap Persepsi Peniaga Butik	35
4.1	Jadual Analisis Kebolehpercayaan Data	38
4.2	Peratusan Responden Mengikut Jantina	39
4.3	Peratusan Responden Mengikut Jualan Bulanan	42
4.4	Skala Min Skor	44
4.5	Analisis Soalan Berkaitan Persepsi Peniaga Butik Tentang Peranan <i>Role Model</i> Yang Menyumbang Kepada Perniagaan Di Seberang Perai Tengah, Pulau Pinang (Faktor Motivasi)	45-46
4.6	Analisis Soalan Berkaitan Persepsi Peniaga Butik Tentang Peranan <i>Role Model</i> Yang Menyumbang Kepada Perniagaan Di Seberang Perai Tengah, Pulau Pinang (Faktor Personaliti)	48-49
4.7	Analisis Soalan Berkaitan Persepsi Peniaga Butik Tentang Peranan <i>Role Model</i> Yang Menyumbang Kepada Perniagaan Di Seberang Perai Tengah, Pulau Pinang (Faktor Populariti)	51-52



**SENARAI RAJAH**

No. Rajah	Tajuk	Halaman
4.1	Taburan Peratusan Responden Mengikut Umur	40
4.2	Taburan Peratusan Responden Mengikut Bangsa	41
4.3	Taburan Peratusan Responden Mengikut Bilangan Pekerja Sedia Ada	43

## **BAB 1**

### **PENGENALAN**

#### **1.1 LATAR BELAKANG KAJIAN**

Perniagaan merupakan aktiviti yang melibatkan urusan jual beli barangan atau perkhidmatan antara pihak penjual dengan pembeli bagi memenuhi keperluan dan kehendak pengguna dan melibatkan pertukaran nilai bagi mendapatkan keuntungan. Perkembangan perniagaan di Malaysia seperti aktiviti perdagangan, pekerjaan, profesion, atau aktiviti-aktiviti lain yang dijalankan adalah bertujuan untuk mendapatkan keuntungan.

Terdapat banyak faktor usahawan berjaya di Malaysia antaranya, menurut Samat (2014), usahawan berjaya harus membantu usahawan baru melalui usaha melahirkan usahawan bumiputera dilihat akan lebih berjaya sekiranya perkara itu mendapat sokongan dan dorongan penuh daripada usahawan yang telah berjaya. Pengalaman serta bimbingan yang diberikan usahawan yang telah berjaya mampu menjadi faktor besar dalam mencipta usahawan baharu. Bagi melahirkan usahawan yang berjaya, usahawan yang telah berjaya perlu memberi bimbingan yang padu kepada usahawan baru dalam mengembangkan lagi perniagaan agar lebih maju.

Menurut Roslan (2014), dalam membentuk perniagaan, usahawan perlu gigih berusaha dan perlu ada mentor yang betul untuk membimbing usahawan lain. Jika seseorang usahawan kecil ingin berjaya, mereka perlulah berusaha untuk mendapat bimbingan usahawan yang lebih berjaya agar boleh dijadikan sebagai mentor untuk memajukan lagi perniagaan. Kebanyakan peniaga kurang ilmu pengetahuan mengenai perniagaan yang dijalankan ini kerana mereka tidak membuat kajian mengenai produk yang ingin dikeluarkan. Justeru itu, mereka perlu mendapatkan nasihat dan panduan daripada mentor atau *role model* yang boleh dicontohi ramai.

Menurut Khairi (2015), sememangnya perniagaan memerlukan modal. Jika perniagaan kecil, modal pun kecil sebaliknya perniagaan besar perlukan modal besar dan risiko juga besar. Usahawan yang mempunyai simpanan RM20,000 dan ingin memulakan perniagaan lalu menggunakan keseluruhan RM20,000 itu. Ketika merancang untuk memulakan perniagaan, dalam minda semuanya positif dan baik-baik belaka. Usahawan sentiasa memikirkan perniagaan akan berjaya dan modal berpuluh ribu ringgit itu akan memberi pulangan berkali-kali ganda. Selain itu, usahawan yang berjaya perlulah berani mengambil risiko. Namun istilah ini sering disalahertikan kerana berani

mengambil risiko diumpamakan perlu berani melakukan apa saja dan bersedia menerima kerugian. Sebenarnya, perkataan berani itu perlu diubah menjadi bijak. Oleh itu, mentor yang betul adalah perlu untuk membimbing usahawan lain. Di samping itu, *role model* memainkan peranan penting dalam membentuk dan membimbing usahawan baru agar tidak mudah terpesong ke arah kegagalan kerana usahawan baru ini sangat mudah mengalah dan cenderung untuk gagal dalam perniagaan pada peringkat awal kerana mereka sering menyalah erti maksud mengambil risiko seperti melaburkan kesemua modal yang ada dengan berani dan berharap mendapat keuntungan setimpal dengan apa yang dilaburkan.

Menurut Dr. Mahathir, usahawan bumiputera melakukan usahasama dengan syarikat lain bagi menimba pengalaman dan ilmu yang diperlukan untuk memajukan diri (Chong, 2012). Ini menjelaskan lagi bahawa peniaga memerlukan pengalaman dari orang lain yang telah berjaya sebagai *role model* untuk meningkatkan semangat dalam meneruskan perniagaan. Menurut Razak (2014), Richard Branson adalah tokoh usahawan berjaya yang dijadikan sebagai *role model* oleh pengurus pasukan bola sepak, Alex Ferguson bagi asas membina satu pasukan. Pemimpin negara ini juga dijadikan inspirasi bagi memimpin kakitangan syarikat KRU dan membentuk dasar-dasar syarikat untuk mencapai kejayaan.

## 1.2 PENYATAAN MASALAH

Masalah yang dikenalpasti adalah peniaga mudah gagal dalam perniagaan yang baru diceburi di Malaysia. Menurut Ab Wahab *et al* (2008), kajian beliau menunjukkan secara purata kebanyakan perusahaan kecil dan sederhana PKS di negara yang sedang membangun gagal dalam tempoh lima tahun pertama selepas memulakan operasi. Di Malaysia, kajian mendapati hampir separuh daripada jumlah perniagaan yang gagal terpaksa ditutup dalam tempoh lima tahun pertama. Terdapat banyak sebab mengapa

perniagaan gagal antaranya mereka ini memerlukan inspirasi daripada *role model* sebagai usahawan yang telah berjaya untuk membantu perniagaan mereka.

Masalah ini disokong lagi apabila peniaga butik Raffelinna turut gagal dalam perniagaannya yang telah dijalankan disebabkan popularnya produk tersebut, muncul pelbagai cabaran yang sukar diterima. Menurut Norlia Ramli (2016), muncul pelbagai produk tiruan yang hampir menyamai produk Felinna Beauty sehinggakan pelanggan menjadi tidak yakin yang akhirnya menjejaskan kuantiti penjualan pada tahun 2012 dan 2013 pelbagai usaha dilakukan untuk menyelamatkan bisnes mereka, namun tidak berjaya.

Selain itu, masalah peniaga mudah gagal berpunca akibat tiada motivasi daripada *role model*. Menurut Sulaiman (2008), peniaga memerlukan pengalaman untuk mengemudi perniagaan, antara langkah yang perlu diambil oleh peniaga adalah dengan rajin membaca, menelaah, dan mendapatkan nasihat serta motivasi daripada peniaga yang berjaya sebagai panduan. Dengan adanya *role model*, peniaga boleh mengkaji kesilapan dan kelemahan mereka yang telah gagal dalam memasarkan produk mereka. Selain itu, peniaga kurang dorongan dan semangat dari orang yang telah berjaya. Menurut Samat (2014), usahawan yang telah berjaya ini perlu mendorong peniaga-peniaga yang mudah mundur dalam permulaan perniagaan yang baru diceburi supaya mereka lebih bersemangat dalam mengembangkan lagi perniagaan yang sedia ada. Usahawan yang berjaya harus membantu usahawan baru.

Masalah personaliti peniaga juga menjadi tumpuan dalam kajian ini kerana memainkan peranan penting dalam memberikan keyakinan kepada pengguna untuk membeli produk. Oleh itu, *role model* perlu mencerminkan personaliti diri yang menarik dan menampakkan keyakinan yang tinggi bukan sahaja terhadap diri malah terhadap produk yang dipasarkan oleh mereka supaya peniaga lain boleh mencontohinya. Menurut

Azizan Osman (2015), beliau mempunyai sikap *social entrepreneurship* dalam mencari keuntungan dengan membantu memperbaiki kehidupan orang lain. Dari kenyataan ini, dapat disimpulkan bahawasanya personaliti yang ditunjukkan oleh Azizan Osman melalui seminar usahawan yang banyak membantu meningkatkan keyakinan peniaga dalam perniagaan. Justeru itu, *role model* menyelesaikan masalah peniaga untuk memenuhi kriteria personaliti yang menarik bagi meningkatkan lagi keyakinan diri.

Masalah yang dikaitkan lagi adalah peniaga kurang populariti dalam perniagaan. Menurut Misfar (2008), populariti usahawan penting kerana ia dapat membantu meningkatkan produk jualan dalam menjalankan perniagaan. Kenyataan Misfar ini dapat dikukuhkan lagi apabila *role model* yang mempunyai populariti lebih dikenali ramai maka dari situ peniaga boleh mencontohi mereka sebagai *role model* bagi mencipta kejayaan dalam perniagaan. Selain itu, dengan populariti juga *role model* boleh dicontohi ramai. Kenyataan ini disokongkan lagi oleh Irfan Khari (2016), bahawa sikap manusia suka pada sesuatu yang popular. Dalam pemasaran ianya dikenali sebagai *Social Proof* di mana, apa yang popular dan menjadi pilihan ramai. Di samping itu, peniaga yang popular akan mudah diingati ramai serta dijadikan sebagai *role model* dan dapat meningkatkan kesetiaan pembeli.

Menurut Massa (1996), peratusan kegagalan yang terlalu tinggi iaitu 90 peratus dan perlu ditangani secara serius. Sebaliknya kejayaan kecil 10 peratus sahaja yang masih mampu meneruskan amanah kerajaan negeri tersebut bagi melahirkan usahawan tulen bumiputera perlu terus diberi sokongan dan bimbingan supaya dapat dijadikan *role model* pada pertumbuhan ekonomi masyarakat bumiputera.

### 1.3 OBJEKTIF KAJIAN

Kajian bertujuan untuk mengenalpasti peranan *role model* yang mempengaruhi peniaga butik dalam perniagaan. Objektif kajian adalah seperti berikut:

1. Menenalpasti sama ada motivasi *role model* mempengaruhi peniaga butik dalam perniagaan.
2. Menenalpasti sama ada personaliti *role model* mempengaruhi peniaga butik dalam perniagaan.
3. Menenalpasti sama ada populariti *role model* mempengaruhi peniaga butik dalam perniagaan.

### 1.4 PERSOALAN KAJIAN

Persoalan kajian yang boleh ditimbulkan dari objektif kajian yang telah ditentukan adalah seperti berikut:

1. Adakah motivasi *role model* dapat mempengaruhi peniaga butik dalam menjalankan perniagaan?
2. Adakah personaliti *role model* dapat mempengaruhi peniaga butik dalam menjalankan perniagaan?
3. Adakah populariti *role model* dapat mempengaruhi peniaga butik dalam menjalankan perniagaan?

## 1.5 SKOP KAJIAN

Skop kajian ini ialah peniaga butik di Seberang Perai Tengah. Pengagihan soal kaji selidik dilakukan dalam kalangan peniaga butik di sekitar kawasan Seberang Perai Tengah yang mempunyai 4 buah bandar iaitu Bukit Mertajam, Perai, Perda, dan Seberang Jaya.

Soalan kaji selidik diedarkan kepada 100 orang responden dalam kalangan peniaga butik di kawasan tersebut. Terdapat tiga aspek kajian peranan *role model* iaitu motivasi, personaliti dan populariti. Kajian ini diskopkan lagi bagi menjimatkan masa dalam menjalankan kajian ini. Kajian ini dijalankan bagi mencari persepsi peniaga butik tentang peranan *role model* yang menyumbang dalam perniagaan di Seberang Perai Tengah, Pulau Pinang.

## 1.6 KEPENTINGAN KAJIAN

### i. Kepada Peniaga

Kepentingan kajian kepada peniaga adalah agar mereka mendapat panduan dalam ilmu perniagaan. Peniaga perlukan pengalaman kerana dari pengalaman dapat memantapkan peniaga dalam menguruskan perniagaan. Melalui pengalaman, peniaga dapat mempelajari untuk mengatasi masalah dan menghadapi sebarang risiko justeru berani dalam membuat keputusan. Peniaga perlu mendapat nasihat daripada peniaga yang berjaya sebagai panduan dalam perniagaan.



## ii. Kepada Perunding Perniagaan

Kepentingan kajian kepada perunding perniagaan membolehkan mereka membuat rujukan untuk menganjurkan kursus dan bengkel keusahawanan supaya orang ramai mendapatkan pengetahuan dan pandangan serta maklumat. Di situ, mereka dapat mengenali pakar-pakar perunding perniagaan yang dapat membantu dalam menguruskan perniagaan.

## iii. Kepada Pengkaji-Pengkaji Akan Datang

Kepentingan kepada pengkaji yang akan datang, mereka dapat lebih memahami tentang pengalaman dan tanggungjawab peniaga. Selain itu, kajian ini juga boleh dijadikan sebagai suatu garis panduan sekiranya mereka ini melakukan penyelidikan atau kajian yang seakan sama pada masa akan datang.

## 1.7 DEFINISI OPERASIONAL

### 1.7.1 Peniaga Butik

Definisi kajian ini dispesifikasikan lagi kepada peniaga butik pakaian dan kosmetik yang mempunyai premis sendiri. Butik adalah kedai tempat menjual pakaian dan barang-barang perhiasaan (Kamus Pelajar Edisi Kedua). Butik juga didefinisikan sebagai kedai kecil yang biasanya menjual pakaian wanita yang terbaru fesyennya dan perhiasaan badan wanita contohnya rantai leher, gelang, cincin dan selainnya (Kamus Dewan Edisi Keempat).

### 1.7.2 Role Model

Maksud *role model* adalah tingkah laku seseorang atau kejayaan yang boleh dicontohi oleh orang lain, terutama oleh orang muda (Dictionary.com, 2013). Istilah *role model* dikreditkan kepada ahli sosiologi Robert K. Merton, yang mencipta frasa semasa kerjaya beliau (Kaufman & Michael, 2003). Individu membandingkan diri mereka dengan kumpulan rujukan orang-orang yang memegang peranan sosial kepada mana individu yang bercita-cita (Holton, 2004).

Kajian ini mengkaji kesan aktiviti peranan *role model* kepada keinginan potensi usahawan untuk memiliki perniagaan. Kajian ini melihat hubungan di antara aktiviti-aktiviti dan keinginan untuk memiliki perniagaan. Aktiviti model peranan yang berkaitan dengan melibatkan responden dalam aktiviti-aktiviti profesional, pekerjaan dalam perniagaan, dan perbincangan mengenai perniagaan yang telah didapati signifikan dengan kepentingan dalam memulakan perniagaan. Keputusan boleh menjadi berguna kepada mereka yang terlibat dalam pengajaran kursus keusahawanan, pemilik perniagaan yang berminat untuk menggalakkan keusahawanan, dan pembekal bantuan yang pemilik majlis firma (Auken *et al*, 2006).

### 1.7.3 Usahawan

Usahawan sebagai orang yang mengusahakan sesuatu perusahaan iaitu pengusaha. Pengusaha dimaksudkan sebagai pekerjaan secara besar-besaran untuk membuat barang-barang industri atau pekerjaan berniaga secara besar-besaran (Kamus Dewan Edisi Baru, 1992).

Menurut Peter F. Drucker, dalam bahasa Inggeris, usahawan diterjemahkan sebagai *Entrepreneur*. Perkataan ini diterjemahkan dari perkataan Perancis “*entreprenndre*” yang membawa maksud memikul tugas atau mencuba. Dalam Bahasa Malaysia pula, usahawan membawa maksud orang yang mengusahakan sesuatu perniagaan. Usahawan ditakrifkan sebagai orang yang mengendalikan sesebuah perniagaan dan mengambil risiko perniagaan yang diceburinya. McClelland (1961), menyatakan usahawan sebagai berdaya inovatif dan kehendak pencapaian tinggi (*high need for achievement*). Usahawan berjaya cenderung ke arah mengambil risiko yang telah direncanakan dan mempunyai kawalan dalaman yang tinggi. Schumpeter (1934), mentakrifkan usahawan sebagai individu yang melakukan pembaharuan atau inovasi untuk kesejahteraan organisasinya sendiri.

## 1.8 LIMITASI KAJIAN

Kekangan yang di hadapi melalui kajian ini ialah kekurangan dari segi masa untuk mengagihkan setiap satu soal kaji selidik kepada seluruh peniaga di Seberang Perai Tengah, Pulau Pinang. Selain itu, kerjasama antara responden juga menjadi kekangan yang dihadapi oleh pengkaji semasa menjalankan kajian. Oleh itu, kajian ini di skopkan lebih kecil kepada suatu kawasan yang tertentu mengikut skop kajian agar dapat menjimatkan masa dari segi pengagihan kajian soal selidik. Kekangan ini dihadapi oleh pengkaji sebagai seorang pelajar.

## **BAB 2**

### **SOROTAN KAJIAN**

#### **2.1 PENGENALAN**

Dalam dunia perniagaan, peniaga butik mempunyai harapan yang tinggi agar perniagaan itu terus berjaya serta dapat mengubah masa depan dan tidak ditindas pihak lain. Tiada sesiapa yang mengharapkan perniagaan yang dijalankan musnah dengan wang ringgit yang dilaburkan. Namun, tidak semua perniagaan yang diusahakan mampu menetapkan jumlah pelanggan di dalam negara. Tidak kira sebarang jenis perniagaan yang dijalankan sama ada melibatkan penjualan produk, servis, nasihat dan sebagainya. Kecekalan dan semangat yang kental sangat diperlukan bagi memastikan cita-cita yang diimpikan tercapai. Perniagaan ini bukan sesuatu yang boleh dicapai dengan mudah kerana ia mengambil masa dan memakan tempoh yang agak panjang. Di samping itu, kegagalan perniagaan yang tidak asing lagi di kalangan peniaga butik menyebabkan mereka sering gulung tikar di awal perniagaan.