

KAJIAN TAHAP PENGETAHUAN PENGGUNA TERHADAP JUALAN MURAH

NAMA	NO. PENDAFTARAN
1. DHANAVATHY A/P SELVER RAJAH	08DMP06F372
2. SITI MURNI BT MOHD ZAINUDDIN	08DMP06F382
3. SITI ROHANI BT OSMAN	08DMP06F389
4. NIK NOR AZURA BT NIK PA	08DMP06F390
5. NORAINI BT ABD RAHMAN	08DMP06F396



Laporan ini dikemukakan kepada Jabatan Perdagangan sebagai memenuhi sebahagian
syarat penganugerahan Diploma Pengajian Perniagaan
(Pengurusan)

PENGESAHAN LAPORAN PROJEK

Laporan projek bertajuk “ Kajian Tahap Pengetahuan Pengguna Terhadap Jualan Murah ” ini telah dikemukakan, disemak serta disahkan sebagai memenuhi syarat dan keperluan penulisan projek seperti yang telah ditetapkan.

Disemak oleh :

Nama Penyelia : Puan Nor Haziah Bt Hussin

Tandatangan Penyelia :

Tarikh :

Disahkan oleh :

Nama Penyelaras : Puan Nor Haziah Bt Hussin

Tandatangan Penyelaras :

Tarikh :

“ Kami akui karya ini adalah hasil kerja kami kecuali nukiran yang setiap satunya telah kami jelaskan sumbernya ”

1. Tandatangan :
Nama : DHANAVATHY A/P SELVER RAJAH
No. Pendaftaran : 08DMP06F372
Tarikh :
2. Tandatangan :
Nama : SITI MURNI BT MOHD ZAINUDDIN
No. Pendaftaran : 08DMP06F382
Tarikh :
3. Tandatangan :
Nama : SITI ROHANI BT OSMAN
No. Pendaftaran : 08DMP06F389
Tarikh :
4. Tandatangan :
Nama : NIK NOR AZURA BT NIK PA
No. Pendaftaran : 08DMP06F390
Tarikh :
5. Tandatangan :
Nama : NORAINI BT ABD RAHMAN
No. Pendaftaran : 08DMP06F396
Tarikh :

DEDIKASI

“ Khas buat ayahanda serta bonda dan keluarga tercinta, pensyarah yang dikasihi serta rakan-rakan seperjuangan yang sentiasa memberi sumbangan dan mendoakan kejayaan kami semua ”

PENGHARGAAN

Terlebih dahulu assalamualaikum dan salam sejahtera, syukur kami ke hadrat illahi dengan limpah kurnianya penyelidik dapat menyiapkan laporan kajian mengenai tajuk yang dipilih. Setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan terima kasih buat semua yang terlibat dalam penghasilan Projek Perniagaan yang telah lengkap ini sebagai syarat bagi mendapatkan Diploma Pengajian Perniagaan (Pengurusan). Terutamanya khas buat Puan NorHaziah Bt Hussin, selaku pensyarah dan penyelia yang banyak memberi panduan dan tunjuk ajar penyelidik dalam melengkapkan diri kami dengan ilmu yang telah dicurahkan dan ahli-ahli kumpulan yang telah berusaha sedaya-upaya bagi menyiapkan projek ini. Buat ibu bapa, keluarga dan semua pihak yang memberi kerjasama yang sepenuhnya kepada kami.

Bersyukur kami yang tidak terhingga ke hadrat-NYA, dengan sikap tolong menolong dan bantu membantu sesama ahli kumpulan kami akhirnya dapat menyiapkan kajian yang diberi dengan sempurna. Walaupun mengambil masa yang agak panjang untuk menyiapkannya tetapi berkat usaha, dorongan dan bimbingan yang diberi oleh semua pihak kami berjaya menghasilkan sebuah buku laporan yang sempurna dan lengkap berdasarkan kajian yang dilakukan secara menyeluruh mengenai tajuk kajian yang dipilih.

Tidak lupa juga ucapan jutaan terima kasih buat rakan-rakan dan semua responden yang terlibat secara tidak sengaja mahupun sengaja terhadap kajian yang dijalankan oleh penyelidik ini. Diharap dengan terhasilnya kajian laporan seperti ini dapat memberi sedikit sebanyak maafaat, kesedaran ataupun faedah kepada semua pembaca-pembaca mahupun pengguna mengenai tajuk kajian yang dilakukan penyelidik mengenai tahap pengetahuan pengguna terhadap Jualan Murah.

Sekian, terima kasih.

ABSTRAK

Jualan murah merupakan satu aktiviti penjualan barangan dengan harga yang berpatutan. Dalam sesuatu aktiviti jual beli, jualan murah adalah satu cara yang penting kepada peniaga untuk mempromosikan barangan masing-masing. Cara ini membantu para peniaga untuk menempatkan produk mereka di pasaran dengan keadaan yang stabil. Penyelidikan telah dilakukan di Pasaraya Giant Seksyen 13, Shah Alam, Selangor. Bagi mendapatkan pandangan tahap pengetahuan pengguna terhadap jualan murah satu kajian telah dijalankan kepada pengguna dengan menggunakan soal selidik berkaitan tahap pengetahuan pengguna terhadap jualan murah. Hasil dapatan kajian ini menunjukkan bahawa kebanyakan pengguna mementingkan kualiti dan harga untuk memilih barangan. Secara amnya, jualan murah ini banyak membantu para peniaga untuk mengaut keuntungan dalam jangka masa yang singkat. Tidak ketinggalan juga pengguna yang berpuashati dengan barangan yang ada di jualan murah. Pada pandangan pengguna mereka berpendapat bahawa jualan murah ini dapat mengurangkan bajet perbelanjaan mereka.

ABSTRACT

Mega Sales is a goods selling activity with worth prices. In this activity Mega Sales is one of the very important for the vendor to promote their goods. In this way it helps vendor to place their product in the market in a stable condition. Investigation have been done in Giant Hypermarket Section 13, Shah Alam Selangor. To get consumers opinion about the knowledge status of mega sales have been done by using survey forms regarding to the knowledge of the Mega Sales. The feedback from this survey shown that most of the consumers are giving important to the quality and prices to choose the goods. Generally, Mega Sales helps a lot the vendors to grab the profit within short term. The consumers also will be satisfied with the goods in the Mega Sales. The consumers also filing that this Mega Sales can decrease their budget.

ISI KANDUNGAN

BAB	KANDUNGAN	MUKA SURAT
-----	-----------	------------

i.	Halaman Tajuk	i
ii.	Pengesahan Status Pelajar	ii
iii.	Perakuan Pelajar	iii
iv.	Dedikasi	iv
v.	Penghargaan	v
vi.	Abstrak	vi
vii.	Abstrac	vii
viii.	Senarai Kandungan	viii - xii
ix.	Senarai Jadual	xiii

1	PENGENALAN	
---	------------	--

1.0	Pendahuluan	1 - 3
1.1	Latar belakang masalah	4 - 7
1.2	Pernyataan masalah	7
1.3	Objektif kajian	8
1.4	Kepentingan kajian	8

1.4.1 Pengguna	8
1.4.2 Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna	9
1.5 Skop penyelidikan	9
1.6 Batasan kajian	10
1.7 Definisi istilah	10
1.7.1 Jualan Murah	10
1.7.2 Pengguna	11

2

ULASAN KARYA

2.0 Pendahuluan	12
2.1 Tahap kesedaran pengguan terhadap harga dan kualiti barangan semasa jualan murah.	13
2.1.1 Harga	13
2.1.2 Kualiti	14 - 15
2.2 Tahap pengetahuan pengguna tentang langkah-langkah yang diambil apabila menghadapi masalah dalam pembelian.	15 - 16
2.3 Alat-alat promosi yang digunakan oleh peniaga	17

3 METODOLOGI KAJIAN

3.0 Pendahuluan	18
3.1 Rekabentuk kajian	19
3.1.1 Data primer	20 – 21
3.1.2 Data sekunder	22 - 24
3.2 Tempat kajian	24
3.3 Sampel kajian	24 - 25
3.4 Instrumen kajian	26 - 28
3.5 Keesahan dan kebolehpercayaan	28 - 29
3.5 Jangkamasa kajian	29
3.6 Analisis data	30 - 31

4 ANALISIS DATA

4.0 Pendahuluan	32
4.1 Latar Belakang Responden	33
4.1.1 Jantina	33
4.1.2 Umur	34
4.1.3 Pendapatan	35
4.2 Tahap kesedaran pengguna terhadap harga dan kualiti barangan semasa jualan murah	36 – 38

4.3 Tahap pengetahuan pengguna tentang langkah-langkah yang diambil apabila menghadapi masalah dalam pembelian.	39 – 41
4.4 Mengenalpasti alat-alat yang digunakan oleh peniaga	42
4.4.1 Temubual bersama Pengurus Pasaraya Makro	42 – 44
4.4.2 Temubual bersama Pengurus Pasaraya Giant	44 - 46

5 PERBINCANGAN, RUMUSAN DAN CADANGAN

5.0 Pendahuluan	47 - 48
5.1 Perbincangan	48 - 54
5.2 Rumusan	54 - 55
5.3 Cadangan	56 - 58

Bibliografi

Lampiran

BIL	SENARAI JADUAL	MUKA SURAT
3.3.1	Jumlah sampel kajian	25
3.4.1	Skala likert	27
3.7.1	Tafsiran julat mengikut peringkat	30
4.1.1.1	Peratusan jantina	33
4.1.2.1	Peratusan umur	34
4.1.3.1	Peratusan pendapatan	35
4.2.1	Tahap kesedaran pengguna	37 - 38
4.3.1	Tahap pengetahuan pengguna	40 - 41

BAB 1



BAB 1

Pengenalan

1.0 Pendahuluan

Dalam menjalani kehidupan sehari-harian kita seringkali terpaksa berbelanja melebihi pendapatan yang diperolehi untuk memenuhi kemahuan mahupun kehendak yang tidak terhingga. Namun inilah hakikat yang kita perlu ketahui kerana rata-rata penduduk di Negara kita ini iaitu Malaysia suka membeli belah sebagai suatu hobi, aktiviti masa lapang mahupun sekadar suka-suka bagi mencari kepuasan. Ini semua



kerana bagi mereka keperluan dan kehendak isi rumah harus dipenuhi agar dapat meneruskan kehidupan seharian dan menjalankan aktiviti dalam keadaan yang selesa. Maka di sini kita ingin melihat adakah pengguna akan membeli produk pada waktu yang diinginkan atau akan menunggu ketika jualan murah diadakan.

Setiap tahun negara kita akan mengadakan jualan murah secara besar-besaran. Jualan murah ini sering mendapat perhatian di mata pengguna kerana harga yang ditawarkan berbeza berbanding sebelum diberi penurunan. Inilah yang di katakan strategi pemasaran bagi para peniaga untuk melariskan jualan dan menghabiskan stok-stok mereka. Bagi pengguna, inilah saat dan waktu yang ditunggu-tunggu untuk membeli-belah. Jualan seperti ini biasanya diadakan empat kali setahun iaitu pada bulan Mac, Mei, Ogos dan Disember.

Sebagai salah sebuah destinasi pelancongan yang menjadi tarikan kepada pelancong-pelancong yang berkunjung ke Negara ini, Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal telah menetapkan peraturan-peraturan Perihal Dagangan (Harga Jualan Murah) 1997 dikuatkuasakan mulai 1 November 1997 bagi menggantikan Peraturan-Peraturan Perihal Dagangan (Harga Jualan Murah) 1987.

Keputusan diambil bagi memansuhkan Peraturan-Peraturan Perihal Dagangan (Harga Jualan Murah) 1987 bagi membolehkan Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna memperkenalkan pendekatan baru yang lebih pragmatic, telus dan pratikal bagi semua pihak. Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal Ehwal Pengguna berpendirian sesuatu jualan murah yang diadakan hendaklah

memberi manfaat kepada semua pihak, malah tidak merugikan mana-mana pihak dan dalam masa yang sama dapat menyumbangkn faedah kepada Negara. Sehubungan dengan ini, jualan murah akan dijadikan acara tahunan yang ditunggu-tunggu oleh semua pihak dan Malaysia akan dijadikan sebagai destinasi membeli-belah.

Justeru, sebagai seorang pengguna yang berhemah haruslah merancang dan membuat perkiraan yang terbaik dalam membuat keputusan untuk membeli-belah. Jangankan kerana hendak memuaskan nafsu semata-mata sehingga sanggup mengeluarkan wang untuk berbelanja sakan melebihi pendapatan yang ada. Dalam pada itu juga, pengguna tidak harus membiarkan diri mereka ditipu mengenai barang-barang berjenama misalnya yang dijual mahal sebelum jualan murah diadakan. Di sinilah, pengguna memainkan peranan penting untuk menilai dan membuat perbandingan sebelum pembelian. Ini kerana Kementerian Perdagangan Dalam Negeri sendiri telah menggariskan kepada mana-mana peniaga yang ingin mengadakan Jualan Murah harus mengikut garis panduan yang telah ditetapkan dan tidak mengelirukan mana-mana pihak dalam mencari keuntungan sama ada bagi peniaga mahupun pengguna itu sendiri.

1.1 Latar Belakang Masalah

Jualan Murah seringkali mendapat perhatian pengguna untuk membuat pembelian. Selalunya, jualan murah dianggap jualan yang dapat menjimatkan wang pengguna kerana harga yang ditawarkan amat murah. Namun banyak masalah yang wujud dalam pembelian ketika jualan murah dan banyak juga aduan yang diterima apabila pengguna membeli sesuatu barangan ketika jualan murah, misalnya barangan tersebut cacat, rosak dan sebagainya.

Antara masalah yang biasanya wujud apabila tibanya musim jualan murah adalah disebabkan oleh kerana para pengguna seringkali keliru mengenai pelbagai taktik dan muslihat yang digunakan oleh para peniaga yang bertujuan untuk memaksa pengguna berbelanja melalui jualan murah ini. Menurut artikel yang diperolehi Ibu (1996) istilah seperti 'Tawaran Istimewa', 'Jualan Gudang', 'Jualan Penghabisan Stok' dan pelbagai istilah lagi menjadi senjata untuk mengaburi mata dan kewarasan pengguna supaya berbelanja lebih. Selain itu, banyak kemungkinan yang akan timbul apabila membeli barangan ketika jualan murah seperti kualiti keluaran mungkin lebih rendah, keadaan keluaran tersebut tidak sempurna, keluaran yang hampir melepasi tempoh lupus / penggunaannya, kemungkinan beberapa bahagian daripada barangan tersebut rosak sedikit, koyak atau hilang ketulenannya dan keluaran berkenaan sudah tiada dalam pasaran.

Selain itu, menurut artikel Jelita (1996) hakikatnya jualan murah menarik perhatian semua. Dalam keasyikan membeli, masih ada yang tertanya-tanya, apakakah mereka tidak tertipu ? Jika ditipu, kepada siapa hendak mengadu ? Malangnya, ramai mendiampkannya begitu sahaja kerana malas membuka mulut yang bersalah pasti ada balasannya. Hidup dalam negara berpelembagaan, setiap perbuatan tertakluk pada undang-undang. Kebenaran mengadakan jualan murah tertakluk pada pertimbangan Kementerian Perdagangan Dalam Negeri dan Hal-Ehwal Pengguna. Mereka juga tempat mengadu masalah sekiranya pengguna rasa tertipu atau tidak berpuas hati dengan penjual atau barangan.

Sehubungan dengan itu, Prof Madya Dr Aminuddin Mohd Yusof (2006) menyatakan bahawa kegilaan untuk membeli-belah bukanlah sebagai suatu penyakit, sebaliknya suatu 'ketagihan' membeli tanpa batasan. Pembeli seharusnya arif mengenal pasti taktik jualan murah oleh pengiklan dengan memikirkan adakah jualan murah itu benar-benar menguntungkan atau sekadar simbolik untuk memancing pengguna. Namun, masyarakat hari ini kebanyakannya mudah tertarik dengan tawaran iklan sehingga mudah membeli sedangkan ia bukanlah menjadi keperluan penting pada diri mereka.

Selain itu juga, kita sudah maklum bahawa kuasa membeli adalah ditangan pengguna itu sendiri. Namun, hakikatnya kebanyakan pengguna dalam masyarakat kita masih kurang memahami tentang sistem pasaran masa kini yang begitu kompleks sehinggakan pengguna gagal untuk membuat pilihan yang bernas dan bebas terhadap barangan atau perkhidmatan yang diperlukan. Pengguna seharusnya bijak dalam

menjalankan urusniaganya dengan peniaga untuk memastikan perbelanjaan dilakukan secara berhemat.

Menurut artikel Buletin Pengguna (2005) salah satu budaya pengguna pada masa ini ialah suka berbelanja. Pantang adanya jualan murah, jualan mega, dan sebagainya pengguna-pengguna akan berpusu-pusu ke pusat membeli belah tersebut. Di antara budaya pengguna yang seringkali membeli semasa jualan murah adalah disebabkan oleh pengaruh sesuatu iklan. Ketika menyelak helaian halaman sesebuah majalah dan pengguna terbaca iklan mengenai telefon bimbit atau fesyen terbaru maka ketika itulah perasaan inginkan produk tersebut tidak dapat dikawal lagi dan akhirnya menjadi iklan bergerak bagi barangan tersebut. Apabila budaya membeli ini sudah meresap dalam diri seseorang, perkataan “merancang perbelanjaan” tiada dalam perbendaharaan kata mereka. Berbelanja atas barang-barang yang disukai tanpa mengambil kira sama ada mampu membelinya menyebabkan pengguna ini mengalami masalah kewangan. Kebanyakan masalah kewangan ini dihadapi bukan kerana pengguna merancang untuk gagal tetapi kerana gagal merancang.

Salah satu faktor yang mendorong pengguna membuat pembelian ketika jualan murah adalah disebabkan pengaruh iklan. Menurut Darshan Singh (2005) menyatakan iklan-iklan seperti ini sama ada memutarbelit atau memberi maklumat dan sebaliknya kepada pengguna adalah jalan yang paling mudah untuk pihak-pihak tertentu mempromosikan barangan mereka kepada pengguna. Bagi pengguna, sama ada ianya berguna atau tidak memberi manfaat, masih memainkan peranan penting kepada kita

sebagai pengguna untuk membuat keputusan dan menentukan pilihan yang terbaik dalam membeli sesuatu barangan.

Di bawah Akta Perlindungan Pengguna (1999) kesedaran pengguna terhadap hak – hak dan kewajipan mereka sebagai pengguna pada hakikatnya adalah merupakan masalah asas kepada pengguna. Walau bagaimanapun, masalah-masalah yang dihadapi adalah bersabit dari usaha pengguna untuk mendapatkan hak – hak mereka sebagai pengguna yang berpunca kegagalan apabila sistem pasaran dan institusi di dalamnya memberikan segala hak yang sepatutnya diperolehi pengguna. Ia juga turut menyatakan bahawa para pengguna juga kurang mengambil tahu tentang institusi dan pameran perlindungan pengguna yang ada di negara ini berfungsi untuk melindungi kepentingan mereka dan di dalam akta ini juga, menyatakan bahawa kelemahan yang ada pada pengguna itulah yang menyebabkan para pengguna dengan mudah menjadi mangsa kepada peniaga – peniaga yang kurang bertanggungjawab.

1.2 Pernyataan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibincangkan, didapati bahawa sungguhpun banyak aduan berkaitan dengan jualan murah, tetapi pengguna masih ingin membeli atau berbelanja pada musim jualan murah yang diadakan pada setiap tahun. Sehubungan dengan itu, penyelidik ingin mengkaji tahap kesedaran pengguna terhadap jualan murah dari aspek harga dan kualiti, mengenalpasti tahap pengetahuan pengguna tentang langkah-langkah yang diambil apabila menghadapi masalah dalam pembelian.