

**MENGAJI FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN PENGUNJUNG
UNTUK MENGUNJUNGI BUTIK ELRAH EXCLUSIVE DI
BANGI SENTRAL**

10DPM14F2066	NUR AMIRAH HUSNA BT AZMI
10DPM14F2068	AISHAH NAJIHAH BT NOR INSAN
10DPM14F2070	NOOR ZULAIKHA BT ZAHADI
10DPM14F2076	NUR KHADIJAH BT MOHAMED YASSIN
10DPM14F2085	NUR HANIM HANANI BT AZIZAN
10DPM14F2061	RAJA LETCHUMI GUNASEGRAN

**LAPORAN INI DIKEMUKAKAN UNTUK MEMENUHI
SEBAHAGIAN DARIPADA SYARAT MEMPEROLEH
DIPLOMA PENGAJIAN PERNIAGAAN**

JABATAN PERDAGANGAN

POLITEKNIK SEBERANG PERAI

DISEMBER 2016

PENGESAHAN LAPORAN KAJIAN

Laporan projek ini bertajuk “MENGKAJI FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN PENGUNJUNG UNTUK MENGUNJUNGI BUTIK ELRAH EXCLUSIVE DI BANGI SENTRAL” ini telah dikemukakan, disemak serta disahkan sebagai memenuhi syarat dan keperluan penulisan projek seperti yang telah ditetapkan.

Disemak oleh :

Nama Penyelia	: Dr Nor Hasni bt Haron
Tandatangan Penyelia	:
Tarikh	:

Disahkan Oleh :

Nama Pensyarah Kursus	: Dr Nor Hasni bt Haron
Tandatangan Pensyarah Kursus	:
Tarikh	:

PENGAKUAN

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

1. Tandatangan :
Nama : NUR HANIM HANANI BT AZIZAN
No. Pendaftaran : 10DPM14F2085
Tarikh :
2. Tandatangan :
Nama : NUR KHADIJAH BT MOHAMED YASSIN
No. Pendaftaran : 10DPM14F2076
Tarikh :
3. Tandatangan :
Nama : NOOR ZULAIKHA BT ZAHADI
No. Pendaftaran : 10DPM14F2070
Tarikh :
4. Tandatangan :
Nama : AISHAH NAJIHAH BT NOR INSAN
No. Pendaftaran : 10DPM14F2068
Tarikh :
5. Tandatangan :
Nama : NUR AMIRAH HUSNA BT AZMI
No. Pendaftaran : 10DPM14F2066
Tarikh :
6. Tandatangan :
Nama : RAJA LETCHUMI A/P GUNASEGRAN
No. Pendaftaran : 10DPM14F2061
Tarikh :

KANDUNGAN

HALAMAN

Penghargaan

i

Abstrak

ii - iii

Kandungan

BAB 1 PENGENALAN

1.0	Pendahuluan	1 - 2
1.1	Penyataan Masalah	3 - 5
1.2	Objektif Kajian	6
1.3	Persoalan Kajian	6
1.4	Kepentingan Kajian	7 - 9
1.4.1	Pihak Butik Elrah Exclusive	7
1.4.2	Pendatang Baru Dalam IKS	7
1.4.3	Kerajaan	7
1.4.4	Pelanggan Butik Elrah Exclusive	8
1.4.5	Industri Kecil dan Sederhana (IKS)	8
1.4.6	Pengkaji Akan Datang	9
1.5	Skop kajian	10

1.6	Definisi	11 - 12
1.6.1	Pemilihan	11
1.6.2	Perniagaan	11
1.6.3	Lokasi	11
1.6.4	Kualiti	12
1.6.5	Promosi	12
1.7	Batasan Dalam Kajian	13

BAB 2

2.0	Pendahuluan	14
2.1	Faktor Lokasi	15 - 19
2.2	Faktor Kualiti	20 - 23
2.3	Faktor Promosi	24 - 27

BAB 3

3.0	Pendahuluan	28
3.1	Reka Bentuk Kajian	29
3.2	Teknik Pengumpulan Data	30 - 31
3.2.1	Data Primer	30
3.2.2	Data Sekunder	31
3.3	Instrumen Kajian	32
3.3	Bahagian A	33
3.3.2	Bahagian B	33 - 34

3.4	Populasi dan sampel	35
3.4.1	Populasi	35
3.4.2	Sampel	35
3.5	Kaedah Penganalisaan Data	36

Bab 4

4.0	Pendahuluan	37
4.1	Analisa Kebolehpercayaan Data	38
4.2	Dapatan Kajian (Bahagian A)	39
4.2.1	Jantina	39 - 40
4.2.2	Bangsa	41
4.2.3	Agama	42
4.2.4	Status	43
4.2.5	Profesyen	44
4.3	Dapatan Kajian (Bahagian B)	45
4.3.2	Mengenalpasti samada faktor lokasi merupakan faktor yang mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral.	46 - 48
4.3.3	Mengenalpasti samada faktor kualiti merupakan faktor yang mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral.	49 - 51

4.3.4	Mengenalpasti samada faktor promosi merupakan faktor yang mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral.	52 - 54
-------	---	---------

Bab 5

5.0	Pendahuluan	55
5.1	Perbincangan	56 - 62
5.1.1	Perbincangan faktor lokasi sebagai faktor yang mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral.	56 - 57
5.1.2	Perbincangan faktor kualiti sebagai faktor yang mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral.	58 - 60
5.1.3	Perbincangan faktor promosi sebagai faktor yang mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral.	61 - 62
5.2	Cadangan	63 - 65
5.2.1	Cadangan Kepada Pihak Butik Elrah Exclusive	63
5.2.2	Cadangan Kepada Pendatang Baru	63
5.2.3	Cadangan Kepada Kerajaan	64
5.2.4	Cadangan Kepada Industri Kecil dan Sederhana (IKS)	64
5.2.5	Cadangan Kepada Para Pengkaji Akan Datang	65
5.2.5.1	Meluaskan Skop Kajian	65
5.2.5.2	Menambahkan Instrumen Kajian	65
5.2.5.3	Mengkaji Faktor – Faktor Lain	65
5.3	Kesimpulan	66 - 67

Senarai Jadual

- Jadual 4.1.1 : Jadual Statistik Pilot Test
- Jadual 4.3.1(a): Jadual penilaian min
- Jadual 4.3.1(b): Jadual pengiraan min skor purata
- Jadual 4.3.2 : Taburan min mengenai faktor lokasi merupakan faktor yang mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral.
- Jadual 4.3.3 : Taburan min mengenai faktor kualiti merupakan faktor yang mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral.
- Jadual 4.3.4 : Taburan min mengenai faktor promosi merupakan faktor yang mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral.

Senarai Rajah

- Rajah 4.2.1 : Menunjukkan Taburan Responden Mengikut Jantina
- Rajah 4.2.2 : Menunjukkan Taburan Responden Mengikut Bangsa
- Rajah 4.2.3 : Menunjukkan Taburan Responden Mengikut Agama
- Rajah 4.2.4 : Menunjukkan Taburan Responden Mengikut Status
- Rajah 4.2.5 : Menunjukkan Taburan Responden Mengikut Profesyen

PENGHARGAAN

Alhamdulillah syukur ke hadrat Ilahi kerana dengan izin dan kurniaNya dapatlah kami menyiapkan buku laporan projek perniagaan ini. Terlebih dahulu, kami ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada keluarga kami yang banyak memberikan sokongan dan galakan samada dari segi semangat dan kewangan kepada kami untuk menyiapkan projek laporan perniagaan ini dalam tempoh yang ditetapkan.

Setinggi – tinggi penghargaan kepada Dr Nor Hasni binti Haron, selaku penyelia projek dan juga menjadi penyelaras dan pensyarah modul yang telah banyak menyampaikan ilmu, memberi tunjuk ajar dan garis panduan dalam menjayakan kajian ini dengan jayanya. Malah banyak membantu, memberi tunjuk ajar dan sentiasa menyelia perkembangan laporan kajian ini sehingga siap. Bimbingan yang diterima telah membentuk sahsiah diri agar menjadi individu yang lebih bertanggungjawab, memupuk semangat kerjasama, kepimpinan serta komitmen terhadap tugas yang diberikan.

Disini kami ingin mengucapkan terima kasih kepada rakan – rakan yang membantu dalam menyiapkan buku laporan ini. Kami juga ingin memohon maaf di atas segala kesilapan kepada pihak yang berkaitan samada secara langsung atau tidak langsung. Jutaan terima kasih sekali lagi kepada semua pihak di atas segala jasa yang diberikan dan kami berharap agar kajian ini dapat memberikan sedikit sebanyak ilmu pengetahuan yang berguna kepada para pembaca dan organisasi yang terlibat.

Kami ingin merakamkan setinggi – tinggi penghargaan dan jutaan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam menyediakan dan menghasilkan laporan projek perniagaan kami yang bertajuk “Mengkaji Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Pengunjung Untuk Mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral”. Sekian, terima kasih.

ABSTRAK

Kertas kerja ini dilaksanakan bagi memenuhi pemarkahan subjek DPB6043 Projek Perniagaan. Tajuk kajian ini ialah “Mengkaji Faktor Pemilihan Pengunjung Untuk Mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral”. Objektif kajian ini adalah untuk mengkaji samada faktor lokasi, faktor kualiti, faktor promosi merupakan faktor yang mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral. Seramai 100 orang pengunjung dijadikan sebagai responden bagi memenuhi persoalan kajian ini dan borang kaji selidik diedarkan kepada responden bagi mendapatkan maklum balas mengenai kajian ini. Hasil daripada dapatan kajian ini akan diproses menggunakan perisian Statistical Package for Social Science (SPSS). Semua data kajian yang diperolehi telah diolah dan dipersembahkan dengan ringkas dalam bentuk rajah dan jadual sebagai keputusan kajian. Hasil dapatan kajian menunjukkan bahawa ketiga – tiga objektif kajian iaitu lokasi, kualiti dan promosi mampu mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk mengunjungi ke Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral. Semoga dengan terhasilnya projek perniagaan ini, ia akan dapat digunakan oleh pihak lain sebagai rujukan.

ABSTRACT

This paperwork is completed due to fulfill the requirements of DPB6043 Business Project subject. The title of this research is "To review the factors that affected the customer to choose Butik Elrah Exclusive at Bangi Sentral." The main objective of this research is to analyze whether the factors of the location, the factors of the quality or the factors of the promotion that influenced the customers to choose Butik Elrah Exclusive at Bangi Sentral as a place to shop. We chose 100 of customers to be our respondents for this issue and we distributed questionnaires to these respondents in order to get their responses and opinions. The results of the study will be processed using the Statistical Package for Social Science (SPSS). The data that we have obtained from this research has been summarized and be presented in diagram and table form. The results of this study proved that all of the objectives stated influences the customers to choose Butik Elrah Exclusive at Bangi Sentral as a place to shop. Lastly, we hope that our research would be useful for future purposes and as reference.

BAB 1

PENGENALAN

1.0 Pendahuluan

Menurut Portal Pusat Maklumat Rakyat (2008), Industri Kecil dan Sederhana (IKS) ditakrifkan sebagai perusahaan perkilangan atau syarikat yang menyediakan perkhidmatan berkaitan perkilangan dengan pusing ganti tahunan tidak melebihi RM25 juta dan menggaji kakitangan sepenuh masa tidak melebihi 150 orang.

Menurut Utusan Online, Mac 2016, di Malaysia terdapat pelbagai peluang usaha niaga berbentuk IKS yang mendapat sokongan penuh daripada kerajaan Malaysia. Tambahan pula, kenyataan ini disokong oleh Datuk Ahmad Maslan (2016), dengan adanya IKS, taraf sosioekonomi rakyat Malaysia semakin meningkat kerana pada awalnya kebanyakan perniagaan ini dilakukan dari dalam rumah dan akhirnya membawa ke kilang sendiri.

Contoh perniagaan yang terdapat dibawah IKS ini ialah pertanian, pemprosesan makanan, perikanan dan tidak terlepas juga industri pakaian yang semakin berkembang pesat mengikut peredaran dunia. Kita dapat lihat kini, pemikiran kebanyakan masyarakat Islam lebih terbuka mengenai pemakaian yang lebih sopan dan menutup aurat. Oleh hal yang demikian, permintaan untuk pakaian muslim semakin melonjak naik. Sejajar dengan kenaikan permintaan ini, para peniaga masing-masing merebut peluang keemasan ini dengan memujudkan butik – butik pakaian muslim di seluruh Malaysia.

Revolusi pakaian menutup aurat bukan sahaja berlaku di negara ini, malah di seluruh dunia. Hal ini dapat dibuktikan menerusi laporan yang ditulis Zawya (2015) di dalam *State of the Global Islamic Economy Report 2015* dianggarkan pengguna Islam membelanjakan sebanyak AS\$230 billion (RM943 billion) untuk fesyen pakaian pada tahun lalu dan dijangka melonjak sehingga AS\$327 billion (RM1,340 billion) menjelang tahun 2019 kelak.

Di Malaysia terdapat banyak butik-butik pakaian muslimah yang berdaftar di bawah IKS. Menurut Hamid (2015), antara butik pakaian muslim terkenal yang pernah bernaung dibawah IKS ialah Zawara. Butik Zawara merupakan butik yang dahulunya bergerak sebagai IKS dan kini telah berjaya mendapat lesen francais daripada Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK) dan dibantu oleh pinjaman Perbadanan Nasional Berhad (PNB) pada tahun 2014.

Butik Elrah Exclusive merupakan sebuah butik yang terletak di Bangi Sentral, Selangor dan pemilik butik ini merupakan pasangan suami isteri yang masih muda. Butik ini telah menempah nama pada awal tahun 2015 dan merupakan pendatang baru dalam industri pakaian ini. Butik Elrah Exclusive menghasilkan rekaan pakaian terkini yang telah memukau perhatian orang ramai terutamanya golongan muda. Tampil dengan corak yang menarik dan potongan pakaian yang sopan serta menutup aurat Butik Elrah Exclusive berjaya menembusi industri pakaian dan berjaya memperoleh keuntungan yang sangat cemerlang bagi pendatang baru. Untuk pengetahuan semua, nama Butik Elrah Exclusive ini merupakan gabungan nama mereka berdua iaitu El Azman dan Nur Amirah.

1.2 Penyataan Masalah

Di Malaysia kini umumnya ramai yang telah maklum mengenai kewujudan pemilik-pemilik perniagaan yang bernaung dibawah Industri Kecil dan Sederhana ataupun lebih dikenali dengan singkatan IKS. Menurut Abd Ghani (2012), hampir 99.2% daripada keseluruhan usahawan di Malaysia ini berdaftar dibawah IKS. Tidak kurang juga dengan kemunculan butik-butik pakaian yang kian bercambah bak cendawan yang tumbuh selepas hujan. Namun begitu, kepadatan bilangan butik – butik ini mewujudkan persaingan sengit yang hebat sesama peniaga. Menurut Mohamad (2014), dalam apa jua bidang yang diceburi, tidak semua orang akan berjaya. Begitu juga dengan bidang keusahawanan, termasuklah industri pakaian ada sesetengah butik berjaya dan ada juga yang menghadapi kegagalan. Ketahanan sesuatu perniagaan itu bergantung kepada cara pengendalian perniagaan itu sendiri.

Menurut Akmaliah et al (2004), beberapa kelemahan perniagaan ini adalah seperti kekurangan modal, kekurangan pekerja mahir, ketidakmampuan untuk mendapat premis perniagaan yang sesuai dan kekurangan dari segi pengetahuan, kemahiran serta teknologi. Tambahan beliau lagi, terdapat banyak syarikat yang tidak berjaya atau lebih tepat lagi mufli kerana pemiliknya tidak mempunyai pengetahuan yang cukup dalam menangani keadaan pasaran yang sentiasa berubah. Hal ini disokong rapat oleh Er (2009) yang memberi keterangan mengenai industri tekstil dan pakaian yang merupakan satu industri *sunset*. Industri *sunset* ini membawa maksud keadaan dimana pasaran atau citarasa pengguna yang acapkali berubah bentuknya dan sekaligus memberi cabaran kepada pemilik perniagaan khususnya butik pakaian dalam memuaskan hati pelanggan.

Tambah Akmaliah et al (2004) lagi, sesuatu perniagaan itu hendaklah berorientasikan pemasaran di mana pemilik perniagaan butik perlu mengambil kira kemudahan dan keperluan pelanggan itu sendiri. Pengunjung lebih cenderung untuk memilih perniagaan yang memberi kemudahan kepada mereka sebagai contoh, perniagaan yang mempunyai *Portable Payment Convenience* yang menggalakkan pembeli untuk membuat bayaran menggunakan kad kredit atau kad debit. Sekiranya pemilik gagal berbuat demikian, perniagaan akan menghadapi masalah dan secara tidak langsung mendorong kepada kegagalan perniagaan itu untuk beroperasi.

Selain itu, kemunculan pasar raya yang banyak di Malaysia turut menjejaskan usahawan-usahawan kecil khususnya IKS dan keadaan ini mengakibatkan perniagaan IKS kini kurang mendapat tempat di hati pengguna dan terpaksa bersaing. Hal ini tidak terkecuali juga kepada pemilik-pemilik butik. Menurut Md Ali et al (2005), sejak kebelakangan ini penubuhan pasar raya besar boleh dianggap seperti cendawan tumbuh selepas hujan. Sambutan yang sangat menggalakkan daripada para pelanggan tempatan mendorong lebih ramai pelabur asing untuk membina lebih banyak pasar raya besar di Malaysia. Hal ini turut memberi kesan terhadap sesetengah perniagaan butik yang dihipit masalah dalam persaingan dan menyebabkan mereka gagal untuk bertahan dalam sesebuah industri itu. Penduduk tempatan lebih memilih untuk mengunjungi ke pasar raya berbanding perniagaan di luar pasar raya seperti perniagaan di deretan rumah kedai.

Menurut Md Ali et al (2005) lagi, pasar raya besar mampu memberi kemudahan yang baik kepada pengunjung seperti tempat letak kereta dan perkhidmatan *Automated Teller Machine* (ATM). Pada pandangan Tun Dr. Mahathir Mohamad (2002), kesukaran pengunjung untuk meletakkan kenderaan semasa berkunjung ke deretan rumah kedai memberi idea kepada pengusaha pasar raya dengan cara menyediakan tapak parkir kenderaan yang luas bagi menggalakkan orang ramai ke pasar raya tersebut. Kebanyakan butik yang beroperasi di deretan rumah kedai mempunyai masalah untuk meletakkan kenderaan. Disebabkan perkara di atas, orang ramai beralih angin untuk mengunjungi ke pasar raya.

Tambah Md Ali et al (2005), kepelbagaian barangan yang lebih luas dapat menarik orang ramai untuk berkunjung ke pasar raya. Pengunjung lebih suka berkunjung ke sebuah premis yang menyediakan segala keperluan seperti pakaian, barangan dapur, barangan elektrik dan sebagainya di bawah satu bumbung premis yang sama. Manakala, perniagaan IKS khususnya butik-butik yang berada di luar pasar raya ataupun deretan rumah kedai hanya menumpukan terhadap satu barangan sahaja iaitu pakaian. Hal ini menyebabkan ramai pengunjung lebih memilih untuk mengunjungi ke pasar raya berbanding perniagaan kecil yang berada di luar pasar raya seperti di deretan rumah kedai.

Namun begitu, terdapat satu butik yang berjaya bertahan dalam industri pakaian meskipun dengan penubuhan pesaing – pesaing tempatan seperti perniagaan butik yang lain dan pasar raya besar di Malaysia. Menurut Kosmo Online, Julai 2016, terdapat sebuah butik yang terletak di Bangi Sentral iaitu Butik Elrah Exclusive telah mendapat sambutan yang sangat laris setelah diserbu lebih 10 000 pengunjung pada hari pertama pra – pembukaan butik tersebut. Menurut pemilik butik tersebut, sebanyak 13 000 pasang jubah, kurta dan pakaian muslimah telah dijual dalam masa hanya 10 jam sahaja ketika pra – pembukaan butik tersebut. Tambahannya lagi ketika ditemubual oleh akhbar Kosmo, pengenalan jubah lelaki Elrah Exclusive bagi edisi lebaran pada tahun 2015, telah mencetuskan fenomena yang sangat luar biasa dimana Butik Elrah Exclusive ini telah menjual 50 000 helai jubah dalam masa dua minggu sahaja.

Meskipun Butik Elrah Exclusive merupakan pendatang baru dalam industri pakaian, namun kemunculan butik ini diterima baik oleh orang ramai. Disamping itu, koleksi pakaian mereka berjaya menambat hati orang ramai sekaligus menaikkan jualan yang sangat luar biasa bagi pendatang baru. Oleh hal yang demikian, para pengkaji ingin mengkaji apakah faktor yang mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral.

1.2 Objektif Kajian

- 1.2.1 Mengkaji samada faktor lokasi merupakan faktor yang mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral.
- 1.2.2 Mengkaji samada faktor kualiti merupakan faktor yang mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral.
- 1.2.3 Mengkaji samada faktor promosi merupakan faktor yang mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral.

1.3 Persoalan Kajian

- 1.3.1 Adakah faktor lokasi merupakan faktor yang mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral?
- 1.3.2 Adakah faktor kualiti merupakan faktor yang mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral?
- 1.3.3 Adakah faktor promosi merupakan faktor yang mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral?

1.4 Kepentingan Kajian

1.4.1 Pihak Butik Elrah Exclusive

Terdapat beberapa faedah dan manfaat yang dapat diperolehi oleh butik – butik melalui kajian yang dijalankan. Ianya seperti dapat membantu pemilik butik dalam pemilihan fabrik. Sehubungan dengan itu, pemilik butik boleh meningkatkan tahap pemilihan kualiti dari segi kepelbagaian jenis fabrik dan corak untuk rekaan jubah mereka. Selain itu, mereka juga boleh meningkatkan pengeluaran jubah supaya dapat keuntungan hasil daripada kepuasan pelanggan.

1.4.2 Pendatang baru dalam IKS

Selain dapat menyalurkan faedah dan manfaat kepada pemilik butik – butik yang ada di Malaysia, kajian ini juga dapat membantu pihak lain seperti pendatang baru dalam sektor perniagaan. Contohnya, pendatang baru dapat menjadikan butik – butik yang telah berjaya sebagai panduan mereka untuk menjadi usahawan yang berjaya. Melalui ini, pendatang baru dapat mengetahui selok belok perniagaan seperti teknik pemasaran yang berkesan, tahap permintaan pakaian muslimah dan cara promosi yang berkesan untuk menarik perhatian bakal pembeli.

1.4.3 Kerajaan

Berdasarkan kepada kajian yang dibuat, kepentingan kajian ini turut memberi faedah dan manfaat pada pihak kerajaan kerana pelbagai manfaat yang kerajaan peroleh melalui industri perniagaan di negara ini. Antaranya ialah industri perniagaan dapat menyumbang dalam membangunkan ekonomi negara seperti memberikan peluang pekerjaan, pendapatan negara meningkat melalui kutipan cukai keuntungan perniagaan, dapat mencapai keseimbangan ekonomi negara dan mengukuhkan daya saing negara berkaitan import eksport produk keluaran negara.

1.4.4 Pelanggan Butik Elrah Exclusive

Butik Elrah Exclusive telah menawarkan pelbagai jenis pakaian yang telah berjaya menambat hati pembeli-pembeli di Malaysia. Pemilihan fabrik oleh butik adalah yang berkualiti, ringan, dan ia juga bersesuaian dengan cuaca di Malaysia. Antara faedah atau manfaat yang diperolehi pembeli ialah mereka dapat merasakan keselesaan dalam pemakaian harian mereka, justeru itu, pakaian yang dikeluarkan oleh Butik Elrah Exclusive juga merupakan pakaian muslimah dan wudhu '*friendly*'. Oleh itu pelanggan dapat memakai pakaian tersebut semasa ingin beribadah atau ke majlis-majlis ilmu.

Selain itu, dengan rekaan dan corak yang diketengahkan oleh butik elrah exclusive mengikut trend terkini. Dengan pengeluaran pakaian yang lebih kepada penutupan aurat ia juga dapat menarik perhatian pelanggan dan juga telah mencipta fenomena baru untuk mengalakkan wanita untuk berpakaian sopan mengikut tuntutan agama islam.

1.4.5 Peniaga Industri Kecil Dan Sederhana (IKS)

Berdasarkan kajian ini, peniaga IKS juga merupakan salah satu kepentingan kajian. Usaha untuk membangunkan industri kecil dan sederhana ini merupakan sesuatu perkara yang sukar kerana IKS mempunyai persaingan yang amat tinggi. Oleh itu, dengan adanya kajian ini ia dapat menjadi garis panduan dan sedikit sebanyak akan dapat membantu peniaga IKS yang lain dalam pengurusan perniagaan mereka. Selain itu, secara tidak langsung ia juga akan dapat menarik minat masyarakat untuk menyertai IKS dan dapat menawarkan peluang pekerjaan. Demikian pula, industri kecil dan sederhana dapat menjadi penyumbang besar kepada ekonomi Negara dan dapat mengubah modal ekonomi Malaysia kepada ekonomi baru yang berpendapatan tinggi.

1.4.6 Pengkaji akan datang

Kajian ini akan memberi kepentingan dan manfaat kepada pengkaji akan datang kerana mereka boleh menggunakan kajian ini sebagai bahan rujukan semasa mereka ingin menjalankan kajian mereka. Kajian ini lebih tertumpu kepada beberapa elemen dalam perniagaan iaitu faktor – faktor yang membuatkan orang ramai tertarik dengan sesuatu produk. Dalam kajian ini, faktor – faktor yang dikenalpasti adalah lokasi, promosi dan kualiti. Diharapkan kajian ini akan bermanfaat dan menjadi panduan kepada mereka.

1.5 Skop kajian

Tujuan kajian ini dilakukan adalah untuk mengkaji tentang faktor pemilihan pengunjung untuk mengunjungi Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral. Pengkaji telah memilih tiga faktor yang menentukan pemilihan pengunjung iaitu lokasi, kualiti dan promosi. Skop kajian ini hanya tertumpu kepada pelanggan Butik Elrah Exclusive di Bangi Sentral, Selangor. Responden kajian ini adalah pelanggan yang membeli pakaian di Butik Elrah Exclusive dan jumlah responden yang diperlukan oleh pengkaji ialah 100 orang sahaja. Kaedah yang digunakan adalah kaedah rawak mudah kerana ia lebih sesuai untuk mendapatkan maklumat yang lebih terperinci daripada responden serta jumlah populasi kajian tidak dapat dikenalpasti.

1.6 Definisi

1.6.1 Faktor

- Menurut Ensiklopedia Malaysia (Edisi 1996) JILID 14, faktor bermaksud punca keadaan yang dapat mempengaruhi dan mengubah sesuatu yang lain.
- Dalam konteks kajian ini, faktor merujuk kepada punca yang mempengaruhi pengunjung untuk berkunjung ke Butik Elrah Exclusive.

1.6.2 Perniagaan

- Menurut Burkri, Ishak, Abd Kadir, Mohd Noor, Mohd Adi dan Mohd Zulkifli (2010), perniagaan didefinisikan sebagai gabungan sumber – sumber seperti bahan mentah, modal, tenaga kerja dan kepakaran pengurusan dalam satu organisasi untuk mengeluarkan hasil samada barangan mahupun perkhidmatan bagi mendapatkan keuntungan.
- Dalam konteks kajian pula bermaksud, perniagaan yang dimaksudkan adalah menjual pakaian muslimah atau orang Islam yang dijalankan oleh Butik Elrah Exclusive.

1.6.3 Lokasi

- Menurut Burkri et al (2010), lokasi adalah salah satu strategi pemasaran yang penting dalam penubuhan sesuatu perniagaan.
- Dalam konteks kajian ini, lokasi merupakan tapak atau tempat yang strategik yang dipilih oleh pemilik Butik Elrah Exclusive untuk menubuhkan perniagaan mereka.

1.6.4 Kualiti

- Menurut Md. Rodzi, Yaacob, Johari, Mohd Noor dan Ismail, kualiti meliputi aspek pembungkusan, pelabelan, penjenamaan dan bahan.
- Dalam konteks kajian ini, kualiti merujuk kepada tahap kebaikan fabrik dan perkhidmatan pelanggan yang disediakan oleh Butik Elrah Exclusive.

1.7.4 Promosi

- Menurut Marwan (1986), promosi merupakan sebahagian daripada rangkaian kegiatan pemasaran suatu barang. Kegiatan promosi adalah segala usaha yang dilakukan penjual untuk memperkenalkan produk kepada pelanggan dan memujuk mereka agar membeli, serta mengingatkan kembali pelanggan lama supaya melakukan pembelian lagi.
- Dari segi konteks kajian pula, promosi merujuk kepada pengiklanan yang dilakukan oleh pihak Butik Elrah Exclusive bagi memperkenalkan butik mereka kepada pengunjung.

1.8 Batasan Kajian

Bagi menjayakan kajian ini, pastinya terdapat beberapa batasan yang para pengkaji tidak dapat melaksanakan berikutan hal – hal yang tidak dapat dielakkan. Oleh kerana halangan ini, pengkaji perlu mengecilkan skop kajian tetapi tetap mengekalkan daripada keseluruhan aspek yang menyeluruh.

Batasan yang terdapat di dalam kajian ini adalah, pengkaji tidak dapat mengkaji seluruh cawangan Butik Elrah Exclusive di Malaysia. Daripada semua cawangan Butik Elrah Exclusive pengkaji hanya mampu menumpukan Butik Elrah Exclusive yang terletak di Bangi Sentral, Selangor sahaja kerana daripada semua cawangan kebanyakan pelanggan banyak berkunjung di sini.

Selain itu, batasan yang menyukarkan para pengkaji adalah kos pengangkutan dan penginapan yang perlu ditanggung. Hal ini disebabkan pengkaji sukar untuk membuat kajian secara susulan berikutan lokasi kajian yang terletak jauh dan pengkaji sukar untuk mendapatkan dapatan kajian berulang kali.

Sewaktu menjalankan kajian ini, penyelidik mempunyai batasan masa untuk mencari maklumat mengenai Butik Elrah Exclusive ini kerana tempat kajian yang jauh. Batasan yang terakhir adalah pengkaji tidak dapat memperolehi statistik jualan yang terperinci mengenai Butik Elrah Exclusive kerana maklumat berikut kemas disimpan oleh Butik Elrah Exclusive itu sendiri.

BAB 2

SOROTAN KAJIAN

2.0 Pendahuluan

Dalam bahagian ini, pengkaji akan menghuraikan tentang faktor-faktor pemilihan pengunjung untuk mengunjungi butik – butik yang ada di Malaysia. Kini, pemikiran kebanyakan masyarakat Islam lebih terbuka mengenai pemakaian yang lebih sopan dan menutup aurat. Oleh hal yang demikian, permintaan untuk pakaian muslim semakin meningkat. Dengan ini, para peniaga merebut peluang keemasan dengan mewujudkan butik - butik pakaian muslim di seluruh Malaysia.

Justeru itu, kajian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui faktor pemilihan pengunjung untuk mengunjungi Butik Elrah Exclusive sebagai pendatang baru dalam industri perniagaan butik. Beberapa faktor yang perlu dikaji dari segi lokasi, kualiti dan promosi.

2.1 Faktor lokasi

Dalam menjalankan sesuatu aktivitas perniagaan atau perusahaan, perkara yang perlu dititikberatkan ialah faktor lokasi atau tempat bermaksud semua kegiatan termaksudlah kegiatan perniagaan yang menjual produk sedia ada untuk pengguna produk tersebut. Dalam konteks ini, lokasi merupakan tempat yang strategik dan stabil untuk memasarkan produk ke lokasi yang dipilih oleh peniaga. Lokasi tersebut juga haruslah bersesuaian dengan sasaran pelanggan supaya organisasi boleh mencapai objektif yang diinginkan oleh peniaga.

Lokasi juga dikenali sebagai variabel penting yang dapat mengungkapkan pelbagai hal tentang gejala atau fenomena yang dipelajari. Dari segi perniagaan pula, lokasi didefinisikan sebagai tempat yang sesuai atau strategik untuk mendirikan perniagaan. Menurut Payne (2000), penentuan lokasi ditentukan oleh jenis dan tahap interaksi pelanggan. Lokasi perniagaan menjadi sangat penting dalam menentukan pemilihan pengunjung.

Menurut Jaafar Muhammad (1992), lokasi merupakan salah satu faktor elemen campuran pemasaran yang penting untuk memastikan keluaran itu tiba ke tangan pembeli atau pengguna. Walaubagaimana baik sekalipun sesuatu produk, ia tidak akan berguna jika keluaran itu tidak sampai ke tangan pengguna.

Philip Kotler & Armstrong (2006) pula berpendapat bahawa, lokasi adalah kunci kepada keupayaan untuk menarik pelanggan dan juga merupakan keputusan yang penting dibuat oleh peniaga. Faktor yang menyebabkan kejayaan atau kegagalan sesuatu perniagaan adalah bergantung kepada lokasi perniagaan di mana lokasi tersebut merupakan tempat berlaku interaksi antara pengguna dan juga pusat perniagaan tersebut. Ianya sesuai dengan lokasi perniagaan yang strategik bagi membolehkan jualan yang banyak. Hal ini dapat dikaitkan dengan pernyataan Ghazali Jaffar (2000), pemilihan lokasi yang baik merupakan kunci kepada kemampuan pengusaha untuk menarik minat pelanggan untuk berkunjung ke tempat mereka. Oleh itu, ia akan menjadi tempat persinggahan sekiranya pelanggan hendak ke tempat perniagaan.

Selain itu, dari segi pendapat A.Rahim (2006), sesuatu produk atau perkhidmatan tidak akan bergerak daripada pengeluar kepada pengguna secara automatik. Sebaliknya, ia memerlukan satu perancangan yang teratur yang biasanya dilakukan oleh aktiviti agihan saluran. Agihan saluran ialah kaedah sesebuah organisasi dan individu yang mengatur aktiviti penempatan barang-barang yang dikeluarkan serta membantu dalam pertukaran hak milik bagi sesuatu perkhidmatan daripada pengeluar kepada pengguna.

Menurut Tjiptono & Chandran (2005), lokasi merupakan salah satu faktor yang menyumbang kepada kejayaan. Lokasi berpengaruh terhadap dimensi – dimensi strategik, seperti fleksibiliti pengurusan permintaan dan fokus strategik. Menurut Fitzsimmons (1994), fleksibiliti sesebuah lokasi merupakan ukuran sejauh mana seorang peniaga mampu beraksi terhadap situasi ekonomi yang berubah. Bangi Sentral merupakan satu tempat tumpuan dan strategik kepada pelanggan untuk membeli pakaian – pakaian muslimin dan muslimah. Selain itu, lokasi tersebut juga mampu menarik jumlah pelanggan yang ramai.

Sekiranya pemilihan sesuatu lokasi yang dilakukan kurang tepat dan tidak strategik, ia boleh mengundang kesesakan lalu lintas yang boleh menyebabkan kesukaran untuk bergerak dari satu tempat ke tempat yang lain. Hal ini boleh menjadi salah satu halangan kepada pelanggan yang ingin berkunjung ke lokasi perniagaan. Pemilihan lokasi juga perlu mengambil kira elemen persekitaran bagi memastikan perniagaan dapat menghasilkan jualan bagi meraih keuntungan yang banyak.

Menurut Quan (2010), kemudahan dan bekalan peralatan juga memainkan peranan penting dalam lokasi. Menurut Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (MECD) (2010), pemilihan lokasi perniagaan sepatutnya berdekatan dengan sumber bekalan dan peralatan. Ini penting supaya bekalan bahan mentah tidak putus dan senang diperolehi dalam tempoh waktu yang singkat.

Salah satu sebab lokasi perniagaan butik ini dikatakan strategik kerana ianya terletak di kawasan segerombolan butik – butik ternama yang lain seperti Bella Ammaraa, Sugarscarf, Bokkita dan sebagainya. Keadaan ini dapat dibuktikan dengan kenyataan Tuan Y (1978), pemilihan lokasi yang baik adalah tidak tersorok atau tersembunyi daripada orang ramai yang dapat memulaukannya dengan kedudukan yang tersembunyi yang mengakibatkan kewujudan sesebuah organisasi ini tidak diketahui serta menyukarkan orang ramai untuk mengunjunginya. Hal ini akan menyebabkan kerugian atau kegagalan yang besar bagi perniagaan tersebut. Kajian lalu oleh Mohd Saidin Ishak (2010), mendapati faktor lokasi yang strategik pastilah di kawasan perumahan ataupun berdekatan dengan tempat kerja.

Menurut Purdi Chandra (2000), melalui artikelnya yang bertajuk lokasi yang strategik mengatakan pemilihan lokasi adalah penemuan bahawa kegagalan dari beberapa cabang adalah disebabkan oleh kepatuhan pada sistem. Seterusnya, menurut University Group Primagama (Jun 2003) untuk pemilihan lokasi disarankan ianya adalah dekat dengan kawasan penduduk kerana di sinilah ianya banyak mendapat sambutan.

Menurut Hajah Noresah Baharom (1998), lokasi membawa maksud kedudukan iaitu di mana tempat sesuatu firma itu beroperasi dengan selamat. Bagi Jaafar Muhammad (1992), pemilihan lokasi merupakan salah satu atau unsur yang paling kritikal untuk menentukan kos tetap dan kos berubah jangka masa panjang syarikat.

Tambahan lagi menurut A.Rahim (2006), lokasi perniagaan amatlah penting untuk dipilih dan pemilihan lokasi perniagaan seharusnya mempertimbangkan aspek – aspek bandar, tumpuan orang ramai, laluan perjalanan dan hubungan dengan kedai – kedai lain yang menyebelahnya. Menurut Lamb (2001), menyatakan bahawa memilih tempat atau lokasi yang baik merupakan keputusan yang penting kerana komitmen sumber daya dapat mengurangkan fleksibilitasi masa depan. Lokasi sesebuah perniagaan akan menentukan perniagaan terus berjalan. Oleh itu, tempat yang dipilih haruslah mampu maju dari segi ekonomi supaya ia dapat terus beroperasi. Jika lokasi sesebuah perniagaan tidak tepat, maka lokasi perniagaan harus dipindahkan ke tempat yang lebih strategik atau ditutup.

Menurut Levy dan Weitz (2007), ada beberapa ciri lokasi yang boleh mempengaruhi penjualan dari sesuatu kedai atau runcit iaitu kos yang berkaitan dengan pemilihan lokasi. Seterusnya, menurut Buchari Alma (2003), lokasi yang strategik perlu mempertimbangkan hal – hal berikut iaitu ciri konsumen, keadaan ekonomi setempat, keadaan penduduk setempat dan persaingan. Penelitian oleh Aprih Santoso dan Sri Widowati (2011), menggunakan indikator lokasi sebagai indikator pemilihan iaitu kebolehcapaian lokasi, kelancaran akses lokasi dan berdekatan dengan kolej atau Universiti.

William J. Stanton, Nruue J. Walker dan Michael J. Etzel (2004), mendefinisikan lokasi sebagai elemen yang berada di bawah satu sistem yang teratur untuk memudahkan penghantaran produk kepada pelanggan. Pemilihan lokasi ini mestilah dilakukan dengan teliti kerana ia melibatkan kos yang tinggi serta perancangan jangka masa panjang. Kesilapan yang dilakukan dalam memilih lokasi yang tidak tepat akan memberikan kesan yang amat buruk. Menurut Loo Chee Kuang (1997), menyatakan bahawa lokasi sesebuah perniagaan harus diletakkan di tempat yang mempunyai kuasa belian dan kurang persaingan.

Nooh Soon Keat (1997), beberapa faktor harus diambil kira semasa memilih lokasi perniagaan. Antara faktor tersebut ialah demografi, sosioekonomi, pesaing, dasar kerajaan, undang-undang, serta kemudahan prasarana dan lain – lain. Menurut Purnama (2011), beberapa faktor yang harus dipertimbangkan oleh peniaga dalam meletakkan satu lokasi perniagaan yang akan dibuka atau didirikan iaitu faktor lalu lintas kenderaan, kemudahan tempat meletakkan kenderaan.

Beberapa faktor harus diambil kira sebelum lokasi yang sesuai dipilih untuk mendirikan perniagaan iaitu seperti lokasi itu mudah dan sering dikunjungi oleh orang ramai dan lokasi itu menjadi tempat yang mudah bagi orang ramai berhimpun dan bergerak. Oleh itu, faktor lokasi mempengaruhi pemilihan pengunjung untuk mengunjungi perniagaan butik.

2.3 Faktor Kualiti

Selain daripada faktor lokasi, faktor kualiti juga merupakan peranan penting dalam pengeluaran sesuatu produk. Kualiti adalah sangat penting bagi mewujudkan standard kualiti yang tetap dalam sesebuah syarikat, malah kualiti juga salah satu faktor utama yang dapat menarik minat pelanggan terhadap pembelian. Oleh hal yang demikian, dengan pemilihan fabrik yang tepat oleh Butik Elrah Exclusive ia dapat mewujudkan piawai kualiti yang konsisten dan ia juga terbukti telah berjaya menarik minat pembeli untuk membeli pakaian yang dipasarkan oleh mereka.

Pendapat ini juga disokong oleh Ab. Aziz Yusof (2004), iaitu menyatakan bahawa kualiti digunakan untuk menggambarkan sesuatu produk atau perkhidmatan yang ditawarkan adalah cemerlang. Ia juga bermaksud kualiti adalah alat pengukur bagi memenuhi keperluan dan kepuasan pelanggan. Kualiti juga merupakan aspek yang berkaitan dengan prestasi produk atau perkhidmatan yang ditawarkan. Pengguna akan lebih teliti terhadap keselesaan sesuatu produk sekiranya pemilik mengamalkan sikap konsistensi dalam pengeluaran produk tersebut.

Menurut Philip Kortler (2004), menyatakan bahawa kualiti ialah keseluruhan sifat serta ciri – ciri suatu produk atau perkhidmatan yang dinyatakan atau tersurat. Manakala, menurut MC. Carthy dan Philip Kortler (2004), menyatakan bahawa kualiti merupakan salah satu ciri – ciri atau sifat produk yang dipertimbangkan oleh pengguna semasa memilih sesuatu produk.

Pentingnya kualiti ini adalah untuk para penjual memastikan produk atau perkhidmatan yang dibuat meningkatkan kepuasan pelanggan mereka. Berbagai pandangan yang diberi oleh para pengkaji tentang definisi kualiti. Menurut Edward (1985), menyatakan kualiti sebagai kapasiti untuk memenuhi kehendak yang diperlukan. Manakala menurut Trybus (1990), mendefinisikan kualiti sebagai sesuatu yang boleh menjadikan seseorang pengguna itu jatuh hati dan selesa menggunakan sesebuah produk dan perkhidmatan.