



**SEJAUH MANAKAH KEWUJUDAN GIANT HYPERMARKET  
DI BANDAR KUANTAN MEMBERI KESAN NEGATIF  
TERHADAP PERUNCIT MELAYU DI SEKITARNYA**

**MUHAMAD SHARIF AL-DIN BIN AHMAD**

**Laporan Ini Disediakan Sebagai Memenuhi  
Sebahagian Daripada Syarat Penganugerahan  
Diploma Eksekutif Pentadbiran Perniagaan  
(EP202)**

**Institut Perkembangan Pendidikan (InED)  
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA**

**Ogos 2007**

## PENGHARGAAN

Alhamdulillah dengan limpah kurnia-Nya dapat saya menyempurnakan Laporan Kertas Projek ini dengan jayanya.

Di kesempatan ini saya ingin merakamkan penghargaan ikhlas kepada penyelia kertas projek, Encik Ratha Krishnan a/ I Suppiah atas bimbingan dan dorongan yang tidak jemu-jemu sepanjang tempoh penyelidikan ini.

Juga buat pensyarah-pensyarah lain iaitu Encik Ahmad Mazlan, Puan Norbailiah, Puan Lily, Puan Norjihah, rakan-rakan sekelas serta pihak pengurusan GMTT dan juga buat isteri tersayang, yang sering memberikan motivasi dan tunjuk ajar. Semoga jasa baik semua akan mendapat ganjaran dari-Nya.

Kerjasama daripada rakan-rakan dan para pensyarah amatlah diharqai. Penghargaan juga ditujukan kepada semua yang terlibat sama ada secara langsung atau tidak langsung dalam menjayakan projek penyelidikan ini.

Terima kasih.

## ABSTRAK

Industri peruncitan di Malaysia merupakan salah satu industri yang sedang pesat berkembang. Kewujudan pasar raya besar semakin mendapat tempat di hati para pengguna. Sejak akhir-akhir ini penubuhan pasar raya besar atau hypermarket boleh diibaratkan seperti cendawan tumbuh selepas hujan. Sambutan yang begitu menggalakkan daripada pelanggan tempatan, mendorong lebih ramai pemilik hypermarket untuk membina lebih banyak pasar raya besar di negara ini termasuklah di Bandar Kuantan.

Oleh yang demikian, persaingan dalam industri peruncitan juga akan meningkat. Ini secara tidak langsung memberi kesan terhadap golongan peruncit tempatan khususnya peruncit Melayu. Lantaran itu, kajian ini dijalankan bagi mengenal pasti kesan kewujudan *Giant Hypermarket* terhadap ekonomi peruncit Melayu di Bandar Kuantan.

Soal selidik telah digunakan sebagai kaedah pengumpulan data dan diedarkan kepada 30 orang responden yang terdiri daripada peruncit Melayu di sekitar Bandar Kuantan. Data yang diperolehi dianalisis dengan menggunakan kaedah unit peratusan.

Secara keseluruhannya, hasil kajian menunjukkan kewujudan *hypermarket* memberi kesan terhadap perniagaan responden. Walaubagaimanapun kebanyakan responden merasakan kedudukan perniagaan mereka dari segi ekonomi tidak begitu tergugat dengan kewujudan *hypermarket*.

Kesimpulannya, kewujudan *hypermarket* di Bandar kuantan telah memberikan kesan negatif terhadap peruncit Melayu di sekitarnya.

# KANDUNGAN

## MUKASURAT

|             |    |
|-------------|----|
| Penghargaan | i  |
| Abstrak     | ii |

### BAB I PENGENALAN

|     |                         |   |
|-----|-------------------------|---|
| 1.1 | - Pendahuluan           | 1 |
| 1.2 | - Latar Belakang Kajian | 2 |
| 1.3 | - Pernyataan Masalah    | 5 |
| 1.4 | - Objektif Kajian       | 6 |
| 1.5 | - Kepentingan Kajian    | 6 |
| 1.6 | - Kerangka Teroi        | 7 |
| 1.7 | - Hipotesis             | 8 |

### BAB II ULASAN KARYA

|       |                                                               |    |
|-------|---------------------------------------------------------------|----|
| 2.1   | - Pengenalan                                                  | 9  |
| 2.2   | - Definisi                                                    | 9  |
| 2.2.1 | - Pasar Raya Besar                                            | 9  |
| 2.2.2 | - Peruncitan                                                  | 9  |
| 2.2.3 | - Peruncit Melayu                                             | 10 |
| 2.2.4 | - Kesan Negatif                                               | 10 |
| 2.3   | - Konsep perniagaan Peruncitan Tradisional                    | 10 |
| 2.4   | - Pendekatan Perniagaan Peruncitan                            | 11 |
| 2.5   | - Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan perniagaan peruncitan | 11 |
| 2.5.1 | - Lokasi                                                      | 11 |
| 2.5.2 | - Gelagat Pengguna                                            | 11 |
| 2.5.3 | - Harga                                                       | 12 |
| 2.5.4 | - Ekonomi                                                     | 13 |
| 2.5.5 | - Perkhidmatan Pelanggan                                      | 13 |
| 2.6   | - Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kewujudan                   | 14 |

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| Pasar Raya Besar                 |    |
| 2.6.1 - Ekonomi                  | 14 |
| 2.6.2 - Tren Pembelian Pengguna  | 15 |
| 2.6.3 - Komplikasi Membeli-belah | 16 |
| 2.7 - Kajian-kajian Lepas        | 16 |
| 2.7.1 - Kesimpulan Kajian Lepas  | 18 |

### **BAB III METODOLOGI KAJIAN**

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 3.1 - Pengenalan               | 19 |
| 3.2 - Reka bentuk Kajian       | 19 |
| 3.3 - Populasi & Sampel Kajian | 19 |
| 3.4 - Kaedah Pengumpulan Data  | 20 |
| 3.4.1 - Data Primer            | 20 |
| 3.4.2 - Data Sekunder          | 20 |
| 3.5 - Instrumen Kajian         | 21 |
| 3.6 - Kaedah Penganalisan Data | 22 |

### **BAB IV ANALISIS KAJIAN**

|                                            |    |
|--------------------------------------------|----|
| 4.1 - Pengenalan                           | 23 |
| 4.2 - Profil Responden                     | 23 |
| 4.2.1 - Pecahan Mengikut Jantina           | 24 |
| 4.2.2 - Tempoh Menjalankan Perniagaan      | 24 |
| 4.2.3 - Pecahan Mengikut Jenis Perniagaan  | 25 |
| 4.2.4 - Jenis syarikat Perniagaan          | 26 |
| 4.2.5 - Modal Perniagaan                   | 26 |
| 4.2.6 - Pecahan Bilangan Pekerja Responden | 27 |
| 4.3 - Analisa Mengikut Objektif            | 28 |

### **BAB V KESIMPULAN & CADANGAN**

|                         |    |
|-------------------------|----|
| 5.1 - Pendahuluan       | 33 |
| 5.2 - Kesimpulan Kajian | 33 |