



**UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA  
FAKULTI FILEM, TEATER DAN ANIMASI**

**PENGGUNAAN STRATEGI PEMASARAN 7P  
DALAM PRODUK SERAMIK NEGARA**

**NORALIA BINTI SULAIMAN  
2012326645**

**SARJANA MUDA  
TEKNOLOGI KREATIF (KEPUJIAN)  
PENGURUSAN INDUSTRI KREATIF**

**SEPTEMBER 2015**

**UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA**

**PENGGUNAAN STRATEGI PEMASARAN 7P  
DALAM PRODUK SERAMIK NEGARA**

**NORALIA BINTI SULAIMAN**

Latihan ilmiah ini dikemukakan untuk memenuhi  
sebahagian daripada syarat memperolehi ijazah  
**Sarjana Muda Teknologi Kreatif (Kepujian)**  
**Pengurusan Industri Kreatif**

**Fakulti Filem, Teater dan Animasi**

September 2015

**FAKULTI FILEM, TEATER DAN ANIMASI  
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA  
KAMPUS PUNCAK PERDANA  
SHAH ALAM, SELANGOR**

**SESI: SEPTEMBER 2015 - JANUARI 2016**

**DENGAN INI MENGESAHKAN**

**NORALIA BINTI SULAIMAN**

**2012326645**

**TELAH MEMENUHI SEGALA SYARAT PENULISAN LATIHAN ILMIAH  
YANG TELAH DITETAPKAN OLEH JAWATAN KUASA AKADEMIK  
FAKULTI**

**TARIKH:**

.....

**PENYELIA**

**ENCIK AZROZ BIN MOHD**

.....

**DEKAN**

**DATO' PROFESOR A.RAZAK HJ.MOHAIDEEN**

.....

## **PENGAKUAN**

Saya mengakui bahawa kajian ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali pendapat-pendapat dan karya-karya yang tiap-tiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Kajian ilmiah ini juga belum pernah dihantar ke mana-mana institusi akademik atau bukan akademik untuk sebarang ijazah atau kelulusan.

Nama pelajar : Noralia binti Sulaiman

No.Matrik : 2012326645

Program : Pengurusan Industri Kreatif (FF 226)

Fakulti : Fakulti Filem, Teater dan Animasi

Tajuk Kajian : Penggunaan Strategi Pemasaran 7P dalam Produk  
Seramik Negara

Tandatangan Pelajar : .....

Tarikh : Januari 2015

## ABSTRAK

Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia (PKKM) merupakan pihak yang bertanggungjawab untuk memasarkan produk kraftangan di seluruh Malaysia. Kajian ini lebih memfokuskan kepada penggunaan strategi campuran pemasaran. Industri seramik di Malaysia telah mengalami persaingan yang hebat dengan luar negara. Maka, segelintir masyarakat di Malaysia lebih memilih untuk membeli produk kraf dari luar negara berbanding di Malaysia. Oleh itu, satu kajian berbentuk kualitatif telah diadakan. Seramai lima orang yang terlibat dalam kajian ini untuk mengumpulkan data. Objektif kajian ini adalah untuk mengenal pasti permasalahan atau halangan dalam menguruskan pemasaran produk industri seramik kepada negara. Dapatan kajian mendapati bahawa penggunaan konsep 7P dalam strategi pemasaran produk seramik boleh meningkatkan tahap penjualan produk seramik pada setiap tahun. Penulis menyarankan agar pihak kerajaan dan pihak yang terlibat supaya saling bekerjasama untuk meningkatkan hasil penjualan produk seramik pada masa akan datang. Konsep 7P merupakan konsep yang dapat membantu dalam strategi pemasaran produk seramik negara.

**Kata kunci:** Perbadanan Kemajuan Kraftangan Malaysia, strategi pemasaran, konsep 7P, seramik