

PERANAN DAN KEPENTINGAN INSTITUSI PERUNCITAN DI DALAM INDUSTRI FESYEN

Oleh:

Siti Rahmah Bte Md. Ishak

98116757

Tesis ini dikemukakan kepada Fakulti Seni Lukis dan Seni Reka, Universiti Teknologi Mara sebagai memenuhi sebahagian daripada keperluan Ijazah Sarjana Muda Seni Rekan Fesyen.

Dekan

Fakulti Seni Lukis dan Seni Reka

Universiti Teknologi MARA

40450 Shah Alam

Selangor Darul Ehsan.

KATA- KATA ALUAN.

Pertama sekali penulis ingin memanjatkan rasa penuh kesyukuran di atas hadrat Illahi yang telah memberikan penulis kekuatan untuk meyiapkan tesis yang bertajuk Peranan Dan Kepentingan Institusi Peruncitan Di Dalam Industri Fesyen ini dengan sebaiknya. Tesis ini merekodkan setiap langkah dan aspek yang telah dikaji oleh penulis di sepanjang penulisan tesis ini.

Antara tujuan utama tesis ini dihasilkan ialah untuk mengkaji dan membuat pendedahan kepada pengguna tentang pentingnya maklumat produk dalam mendapatkan kembali nilai wang yang telah dibelanjakan. Selain itu juga ingin memahami fungsi sebenar institusi peruncitan yang dipraktikkan oleh gedung membeli- belah yang besar dan akhir sekali mengkaji reaksi pengguna terhadap institusi peruncitan yang besar dalam memasarkan produk fesyen terutamanya pakaian, kasut dan aksesori.

Dengan itu penulis amat berterima kasih kepada sebahagian warga pekerja di Metrojaya Petaling Jaya di atas tunjuk ajar mereka dan juga Puan Sharifah Alwiah Syed Sahil di atas bimbingannya sebagai penasihat tesis kepada penulis. Terima kasih sekali lagi. Penulis berharap dengan terhasilnya tesis ini dapat mengutip markah yang tinggi sekaligus membantu mereka yang bakal membuat kajian yang seumpama ini.

PENGHARGAAN.

Assalamualaikum W. B. T,

Syukur saya ke hadrat Illahi sekali lagi kerana dengan limpah kurnianya saya dapat menyiapkan tesis ini dengan sempurna walaupun menghadapi pelbagai rintangan untuk menyiapkannya.

Di dalam pembikinan tesis saya ini saya ingin merakamkan ucapan terima kasih kepada mereka yang terlibat secara langsung dan tidak langsung. Diharap Allah dapat membalas jasa- jasa mereka ini.

Pertama sekali saya ingin merakamkan jutaan terima kasih kepada ibu saya yang tersayang iaitu puan _____ diatas dorongan dan doanya untuk menjadikan saya sebagai seorang insan yang berguna dan di sepanjang pengajian dan pembikinan tesis saya ini. Tanpanya dan semangatnya saya pasti tidak mampu untuk bertahan disini. Semoga kejayaan saya dalam pelajaran, kehidupan dan juga rahmat Allah dapat membalas jasanya selama ini yang tak ternilai. Terima kasih juga kepada kakak- kakak saya yang selama ini membantu dari segi kewangan dan semangat. Semoga cabaran demi cabaran mereka terus mendorong saya untuk menandingi kejayaan mereka. Tidak lupa juga kepada sahabat- sahabat baik saya terutamanya Zaidathul Akma dan keluarga yang begitu mengambil berat mengenai diri saya, Siti Noraini dan Noor Azzaliza yang memahami erti pesahabatan yang sebenarnya begitu juga Rosmawati dan Haslinda. Tidak lupa juga kepada rakan- rakan seperjuangan di UiTM yang bersama- sama mengharungi pahit maung di sini.

SIPNOSIS.

Secara amnya tesis ini mempunyai objektifnya tersendiri diantaranya ialah ingin mengkaji dan memahami sesebuah organisasi peruncitan yang kecil mahupun yang besar. Selain itu turut mengkaji peranan dan kepentingan sesebuah organisasi dan juga orang perseorangan di dalam institusi peruncitan yang terdapat di sekitar kawasan skop kajian. Kaji selidik ini menggunakan pelbagai kaedah seperti borang kaji selidik, temubual, penyelidikan di perpustakaan dan keratan akbar. Antara isi- isi penting di dalam bab 1 ini ialah mengenai sejarah dan pengenalan institusi peruncitan fesyen di luar negara dan tempatan. Pengenalan peruncitan turut diterangkan di dalam tesis ini termasuk peruncitan besar- besaran ma1hupun kecil- kecilan. Bab 2, penerangan mengenai peruncitan kecil- kecilan dan besar- besaran dengan lebih terperinci. Di antaranya ialah jenis- jenis peruncitan, organisasi dan bagaimana cara pengurusannya. Bab 3 pula, adalah isi utama kajian ini di mana ia menjelaskan beberapa peranan dan kepentingan oleh setiap pihak di dalam institusi peruncitan. Ini termasuk pengenalan dan peranan mereka iaitu pengeluar, pemborong, pereka, terhadap ekonomi, pengguna dan masyarakat. Bab 4 penerangan yang lebih terperinci mengenai persekitaran fesyen dan mengetengahkan elemen utama di dalam peruncitan iaitu pengguna atau pelanggan. Di dalam bab ini banyak diterangkan mengenai apa sahaja perkara yang berkaitan dengan pengguna serta pemasaran peruncitan fesyen. Akhir sekali ialah bab 5 di mana di dalam bab ini saya merekodkan setiap keputusan

ISI KANDUNGAN.

BIL.	ISI KANDUNGAN	M/SURAT
1.	Senarai Sisipan	1
2.	BAB1	
1.1	Sejarah Perkembangan Peruncitan Fesyen.	3
1.2	Sejarah perkembangan Peruncitan Fesyen Di Malaysia Khususnya Di Kuala Lumpur.	5
1.3	Pengenalan Peruncitan Fesyen.	8
1.3.1	Definisi.	8
1.3.2	Urusniaga Peruncitan.	9
1.3.3	Peruncitan Fesyen.	10
3.	BAB 2	
2.1	Pemiagaan Peruncitan Kecil-kecilan	12
2.1.1	Kedai Tunggal Khas.	13
2.1.2	Kedai Tunggal Am.	14
2.1.3	Peruncitan Tanpa Kedai.	15
2.1.4	Organisasi Dan Pengurusannya.	16

BAB 1

1.1 SEJARAH PRKEMBANGAN PERUNCITAN FESYEN.

Konsep peruncitan atau menjual barangan kepada pengguna terakhir bermula daripada masyarakat Greek Kuno dengan pembukaan pasar terbuka yang dikenali sebagai 'agora' hingga ke pasaria pada abad pertengahan yang melibatkan paenjualan kain sutera dan rempah ratus¹. Di Timur dan Mediteranean Timur, bazar dan pasar mula beroperasi sejak berabad lagi. Sehingga pertengahan tahun 1800, sebuah gedung aneka jabatan telah dibuka di Paris. Perdagangan moden ini berkembang hinggalah ke hari ini. Ketika bandar- bandar di tepi pantai dibuka oleh peneroka- peneroka, mereka membuat makanan dan pakaian mereka sendiri. Setelah populasi ini mula berkembang, mereka mula menetap disitu dan bermulanya era industri peruncitan menjual barangan makanan dan pakaian secara terbuka.

Kedai- kedai daripada jenis **Kedai Am** mula memonopoli kawasan pendalaman dan pelanggan daripada bandar semakin berkurangan. Pada tahun 1872 sebuah syarikat baru iaitu Montgomery Ward telah memperkenalkan kaedah baru untuk pelanggan golongan bandar iaitu dengan cara mencetak catalog yang menyediakan pilihan pelbagai rangkaian barangan. Ini membolehkan golongan bandar membeli barangan secara pesanan dan dihantar terus ke rumah mereka. Seterusnya di bandar- bandar besar pula, syarikat mendapat idea untuk mengumpulkan peniaga barang- barang runcit yang berselerak dibawah satu bumbung iaitu dikenali kini sebagai gedung aneka jabatan yang pertama dan pelanggan memanggilnya ketika itu ialah '**one-stop shopping**'. Ia adalah tempat

¹ Elaine Stone, The Dynamics Of Fashion, (Cetakan kedua, New York: Fairchild Publication, a division of ABC Media, Inc, 1999), m.s. 399.