

(i)

‘BUSINESS RESEARCH’

Laporan Mengenai
Pemasaran Barang-barang Elektrik
Syarikat Arastu Sendirian Berhad
Masalah DAN Prospek

Disediakan oleh: Burhanudin Muslim

Che Rus Omar

Johari Andong

Noraihan Salleh

NorAini Hj Abdullah

Sabriah Hj Yahya

Sidik Rashid

Wan Surina Wan Zakaria

Diserahkan kepada: Puan Faezah

Sebagai memenuhi sebahagian

daripada syarat untuk

mendapatkan

DIPLOMA

PERNIAGAAN DAN PENGURUSAN

Institut Teknologi Mara,
Kajian Perniagaan dan Pengurusan,
Shah Alam,
Selangor.

April, 1986.

PENGHARGAAN

Segala pujian bagi Allah yang telah mengurniakan kami pertolongan serta ilham bagi menjayakan kajian ini. Kajian ini tidak akan dapat dijayakan tanpa gabungan tenaga dan idea dari berbagai-bagai pihak. Oleh itu kami juga ingin mengambil kesempatan ini untuk merakamkan rasa penghargaan kami kepada semua yang berkenaan.

Pertama sekali kami rakamkan rasa penghargaan serta ucapan (kami memuji Allah untukmu) kepada Puan Faizah Rahim, Pensyarah "Business Research" dari kajian perniagaan dan pengurusan yang telah memberi panduan secara keseluruhan tentang operasi kajian ini.

Setinggi-tinggi Penghargaan juga kami khususkan kepada penasihat kami, Encik Roslan bin Abdul Rahim, pensyarah Pusat Pembangunan usahawan Malaysia (MEDEC), ITM. Kami Ucapkan "JAZAKALLAHU KHAIRAN KATHIRA" diatas segala bentuk bantuan, bimbingan dan galakkan yang dihulurkan samada berbentuk tenaga mental maupun meterial, serta kritikan yang membina, walaupun beliau sentiasa sibuk diuliti tugas sehariannya.

Penghargaan kami juga adalah kepada Encik Johari bin Ahmad yang merupakan Co-advisor bagi kumpulan ini.

Perhargaan serta ucapan terima kasih juga kami tujukan kepada semua pihak yang terlibat, yang telah memberi kerjasama serta pertolongan samada secara langsung maupun tidak langsung dalam manjayakan kajian kami,

Isi kandungan

Tajuk muka	i
Sekapur sireh	ii
Penghargaan	v
Isi kandungan	viii
Senarai Jadual	xi
Senarai Gambarajah	xiv
Senarai Struktur	xv

Bahagian I. Pengenalan Kajian

1.1 Penyata masalah	1
1.2 Objektif kajian	2
1.3 Hyphotesis	3
1.4 Methodologi	4
1.5 Skop	12
1.6 Pembatasan	13

Bahagian 2. Sejarah Arastu Sdn.Bhd.

2.1 Pengenalan	18
2.2 Perbelanjaan Modal	19
2.3 Objektif Syarikat	21
2.4 Pembukaan cawangan	21
2.5 Badan Pengurusan	22
2.6 Sistem Penjualan	24
2.7 "Marketing Standing of PREMIER". (Sumber dari Jabatan Statistik)	24
2.8 Strategi	25

2.9	Jabatan Pemasaran	28
Bahagian 3. <u>Finding (Analisa Data)</u>		
3.0	Finding: Pengenalan	30
3.1	Temubual	31
3.2	Ulasan biodata responden	59
Bahagian 4. <u>Masalah</u>		
4.1	Pentadbiran	130
4.2	Barangan	130
4.3	Harga	134
4.4	Pembayaran	135
4.5	Tempat	136
4.6	Penyusunan barangan dibilik pameran	137
4.7	Promosi	137
4.8	Khidmat selepas jualan	140
4.9	Jurujual	142
4.10	Pelanggan	144
Bahagian 5. <u>Pembuktian Hipotesis</u>		
5.1	Pembuktian Hipotesis 1	146
5.2	Pembuktian Hipotesis 2	147
5.3	Pembuktian Hipotesis 3	149
Bahagian 6. <u>Kesimpulan dan Prospek</u>		
6.1	Prospek	151
6.2	Kesimpulan	155

1.1 Penyata Masalah

Syarikat Arastu Sdn. Bhd. telah ditubuhkan setahun yang lalu dan memperlihatkan perkembangan yang memberangsangkan, namun begitu pada amnya barangan 'PREMIER' @ keujudan syarikat Arastu itu sendiri masih belum diketahui umum. Justru itu kami ingin membuat kajian mengapakah ^{se}telah empat tahun syarikat ini ditubuhkan, keujudannya masih tidak diketahui dan dirasakan oleh orang ramai. Disini timbul berbagai pertanyaan mengenai bagaimana dan apakah cara-cara dan langkah-langkah yang diambil oleh syarikat Arastu untuk mengatasi masalah ini.

Untuk berada lebih lama didalam pasaran atau industri, sesebuah syarikat terutamanya syarikat yang baru ditubuhkan perlu menumpukan perhatian kepada usaha-usaha untuk meyakinkan pengguna terhadap barang-barang keluarannya. Dengan kata lain 'to create brand loyalty'.

Dalam kajian kami, usaha ini lebih dititikberatkan khasnya kepada bidang pengeluaran, pemasaran dan perhidmatan selepas jualan. Masalah dalam kajian kami ialah bagaimana syarikat Arastu dapat meningkatkan imej dan prestasi syarikat dengan barangan keluarannya.

'Konsep pemasaran' adalah bermula dengan kepercayaan