



**UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA CAWANGAN KEDAH
KAMPUS SUNGAI PETANI**

ASAS KEUSAHAWANAN (ETR300)

**PROJEK PENANAMAN DAN
PEMASARAN BAWANG**

DISEDIAKAN OLEH:

NOR HAZILA YAHYA	97417156
ZURAIDAH MD ISA	97301183
HASLINA HASHIM	97300944
FADILAH ABD. SATAR	97417083

25 MAC 2000



PUSAT PEMBANGUNAN USAHAWAN MALAYSIA (MEDEC)

Universiti Teknologi MARA

Cawangan Kedah

Peti Surat 187

08400 Merbok

Kedah Darul Aman

Tel: 04-457 1300

Fax: 04-457 4355

Surat Kami : 500-KDH(MEDC. 15/2/1)

Tarikh : 5/1/2000

KEPADA SESIAPA YANG BERKENAAN

Tuan/Puan

ASAS KEUSAHAWANAN (ETR)

Adalah dengan segala hormatnya dimaklumkan bahawa penama-penama yang dinyatakan di bawah ini adalah pelajar-pelajar UiTM Cawangan Kedah yang sedang mengikuti subjek Asas Keusahawanan yang dikendalikan oleh Pusat Pembangunan Usahawan Malaysia (MEDEC), UiTM Cawangan Kedah pada semester ini.

Salah satu daripada syarat di dalam subjek tersebut ialah pelajar-pelajar dimestikan untuk menyediakan satu Rancangan Perniagaan (RP) yang lengkap mengenai projek yang mereka pilih sendiri.

Pelajar-pelajar berkenaan ialah:

1. NOR HAZILA YAHYA 97417156 ✓
2. ZURAIDAH MD. ISA 97301183
3. HAELINA HASHIM 97300944
4. PAOLLAH ABO. SATAR 97417083?
5. _____

Pihak kami amat berbesar hati sekiranya pihak tuan/puan dapat memberi kerjasama yang sewajarnya kepada penama berkenaan.

Sekian, terima kasih

Yang benar

MOHD. AZHAR OSMAN

Koordinator

b/p. Provos

ISI KANDUNGAN

Surat Serahan	
Surat Perjanjian Perkongsian	ii
Pendahuluan	iv
Penghargaan	v
PENGENALAN	1
Tujuan	2
Latar Belakang Perniagaan	3
Logo dan Penerangan Logo Syarikat	4
Latar Belakang Pemilik Syarikat	5
RANCANGAN PENTADBIRAN	9
Pengenalan Organisasi	10
Lokasi Tapak Projek	11
Pelan Pejabat	12
Peta Lokasi	13
Carta Organisasi	14
Jadual Jawatan dan Bilangan Pekerja	15
Jadual Imbuhan Balas Jasa	15
Insentif Pekerja	16
Deskripsi Tugas	17
Senarai Keperluan Pejabat	21
Belanja Pentadbiran	22
RANCANGAN PEMASARAN	
Struktur Organisasi Pemasaran	23
Aspek Pemasaran	24
Bentuk Perniagaan	25
Pasaran Sasaran	26
Saiz Pasaran	28
Analisi Pesaing	29
Kekuatan dan Kelemahan Pesaing	30
Syer Pasaran	31
Ramalan Jualan	33
Anggaran Jualan Untuk 3 Tahun Pertama	36
Strategi Pemasaran	37
Imbuhan Balas Jasa	41

PENGENALAN

Projek penanaman dan pemasaran bawang ini adalah sebagai perintis kepada penanam bawang merah tempatan secara komersil. Tapak yang terletak di kawasan Bedong ini, dengan keluasan 6.5 hektar ternyata sesuai dengan keluasan tanah yang dimiliki, berdekatan sumber air, sumber tenaga manusia, keadaan iklim yang agak panas, kawasan tanah yang belum dibangunkan dan berdekatan dengan kawasan sasaran pasarannya iaitu difokuskan di sekitar daerah Kuala Muda.

Perancangan dibuat berpandukan prinsip organisasi yang membahagikan aktiviti-aktiviti kepada empat bahagian utama iaitu bahagian pentadbiran, pemasaran, operasi dan kewangan.

Projek ini mempunyai potensi untuk lebih berkembang sekiranya tenaga mekanisme digunakan dan mendapat bantuan dari pihak kerajaan seperti subsidi baja dan sebagainya kerana masalah utamanya adalah kos yang agak tinggi sedangkan pasaran bawang ini sangat baik.

Permintaan terhadap bawang sentiasa ada. Penduduk Malaysia menghadapi masalah perubahan terhadap harga bawang setiap masa kerana terlalu bergantung kepada sumbernya dari luar. Pengeluaran kami sebanyak dua operasi setahun bertujuan untuk sentiasa menyediakan bekalan untuk bulan-bulan tanpa pengeluaran.

Pada peringkat permulaan ini kebanyakan operasi dijalankan secara manual menggunakan khidmat buruh kontrak kerana operasi hanya berjalan dalam bulan-bulan tertentu sahaja dalam setahun dan kosnya lebih murah berbanding penggunaan mesin contohnya dalam aktiviti pengeringan atau pembersihan.

Kami mendapat pembiayaan dari Bank Pertanian sebanyak RM 60,000 dan selebihnya dari modal sendiri, harta sumbangan dan dari sewa beli kenderaan sebagai sumber pembiayaan. Dengan kos pengeluaran sebanyak RM 1.06, kami menetapkan harga jual diantara RM 2.6 sehingga RM 3 dan dijangkakan jualan setiap bulan adalah 6600 kg sebulan.

Dengan adanya projek seumpama ini di Malaysia, kami berharap ia akan membawa kebaikan kepada semua pihak, pengguna secara langsung atau tidak kerana Malaysia tidak harrus mengabaikan terus sektor pertanian dan hanya bergantung kepada sektor perindustrian sahaja sebagai sumber pendapatan.

Tujuan

Rancangan perniagaan ini dibuat adalah sebagai panduan kepada usahawan khususnya bumiputra untuk melibatkan diri dalam bidang perniagaan. Ia dapat membantu dalam memberi pemahaman yang lebih jelas dan terperinci mengenai perniagaan yang bakal dijalankan secara keseluruhannya.

Rancangan perniagaan ini juga disediakan sebagai garis panduan dalam membuat perancangan dari aspek pentadbiran, pemasaran, operasi dan kewangan yang diperlukan dalam sesebuah perniagaan di samping membantu membuat analisa tentang potensi perniagaan ini samada ia menguntungkan dan berdaya maju.

Ia juga perlu untuk mengawal operasi dan pengurusan supaya ia selaras dengan perancangan yang telah dibuat selain dapat menyediakan maklumat yang diperlukan untuk meyakinkan pihak-pihak terbabit bagi mendapatkan pembiayaan samada dari institusi-institusi kewangan ataupun badan-badan kerajaan.