KAJIAN MENGENAI MASALAH, DAN PROSPER PEMASARAN PENERBITAN HIZBX SDN.. BHD.

OLEH :

	I/C ITM
AWG. IMAN AWG. JAYA	83048701
FARIHAH ABD. RASHID	83839297
NORLIDA ABD. GHANI	83808676
RAJA NORZIAH RAJA" AYOB	83889859'
SALAMAH SULAI	83040956

PROJEK DIAJUKAN KEPADA:

Kajian Perniagaan dan Pengurusan
Sebagai Memenuhi Sebahagian Syarat
Untuk Diploma Pengajian Perniagaan

INSTITUT TEKNQLOGI MARA

SAFAR 1407

november 1986

PENGHARGAAN

Dengan Nama Allah Yang Maha Pemurah Lagi Maha Penyayang.

Alhamdulillah, segala puji-pujian bagi Allah. Tuhan yang menjadikan alam semesta dan setinggi-tinggi kesyukuran kehadrat Allah SWT kerana dengan keizinanNya maka dapat kami menyiapkan kertas projek ini, sebagaimana yang telah dijangkakan, walaupun kami menghadapi berbagai masalah sebelum berjaya menyudahkannya.

Kami ingin'mengucapkan! Jazakallahu Khairan Kathiro (Semoga Allah membalas balik kebaikan kalian dengan kebaikan juga).

Kepada:

1. En. Yeop Hussin Bidin
   Pensyarah, Kajian Perniagaan dan Pengurusan.-

   Sebagai penasihat kami di atas bimbingan, nasihat dan tunjuk ajar dalam usaha menyiapkan kertaskerja ini.

2. En. Juhari Ahmad
   Pensyarah Kajian Sains Matematik dan Komputer

3. Puan Za'afaran Hassan
   Pensyarah Matapelajaran Business Research (BUS 364)
   Kajian Perniagaan dan Pengurusan

DAPTAR KANDUNGAN

HALAMAN TAJIK

PENGHARGAAN

DAFTAR JADUAL

DAPTAR CARTA ' . o

SINOPSIS

BAB 1.0 PENGENALAN . . . .

. 1.1 PENTINGNYA-ILMU PgEGETAHUAN .. ..

1.2 BUKU SEBAGAI SALAH SATU . . . .

SUMBER ILMU PENGETAHUAN . . . .

1.3 PERANAN 'PENERBITAN HIZBI* . . . . . .

SEBAGAI PENYALUR.ILMU PENGETAHUAN

•1.4 LATARBELAKANG PENERBITAN HIZBI ..

SDN. BHD . . . .

1.5 OBJEKTIF KAJIAN .. .. ., ...

1.6 SKOP KAJIAN . . . .

1.7 HIPOTESIS .. . .

1.8 ANDAIAN . . . .

BAB 2.0 KAJIAN BAHAN . . . .

BAB .J.O METHOLOLOGI . . . .

3.1 PENDAHULUAN KAEDAH PENYELIDIKAN ..

3•2 CARA MENDAPATKAN DATA . . . .

3.3 UJIAN PERCUBAAN .. . .

DAFTAR KANDUNGAN HALAMAN

3.4- MASALAH PENYELIDIKAN 17

BAB 4.0 ANALISA DAN PENEMUAN 18

4.1 PENGENALAN 18

4.2 ANALISA BAGI PIHAK AWAM DAN PELAJAR ITM 19

4.3 ANALISA PENERBITAN HIZBI SDN. BHD.: • •72

4.3*. 1 Pengurusan Perihal Kewangan

PENERBITAN HIZBI. 73

4.3.2 Penerbitan 73

4.3.3- Strategi Pemasaran dr. }.*'.:. ..i 74

• 4.3.4 Masalah: 75

(,£.)) Fesaing 76

,(j_j_^Kos Overhead Yang ;

Tinggi 76

(iii) Penghutang 76

(iv) Pembantu kedai yang

kurang mahi-r 77

4.4 ' ANALISA PESAING-PESAING PENERBITAN HIZBI 78

4.4.1 Senarai nama pesaing-pesaing

PENERBITAN HIZBI.yang dipilih 78

4.4.2 Lokasi 79

4.4.3 Tahun ditubuh 80

4.4.4 Jumlah dan sumber modal

.. permodalan 81

4.4.5 Jenis perniagaan S3

4.4.6 Penerbitan buku . . . . . .

SINOPSIS

Di dalam laporan ini, penyelidikan dibahagikan kepada 7 bab. Di dalam bab pertama disentuh serba sedikit mengenai pentingnya ilmu pengetahuan, buku sebagai salah satu sumber ilmu pengetahuan dan peranan PENERBITAN HIZBI Sdn. Bhd. sebagai penyalur ilmu pengetahuan. Di dalam bab pertama juga mengandungi latarbelakang PENERBITAN HIZBI Sdn. Bhd.,objektif kajian, skop kajian, hipotesis dan andaian am.

Bab kedua mengemukakan ulasan karya-karya atau kajian bahan, iaitu pendapat'atau cadangan yang telah dikemukakan oleh penulis-penulis terdahulu mengenai penjualan dan penerbitan buku. Methodologi diberikan gambaran sepenuhnya di dalam bab ketiga. la merangkumi pendahuluan kaedah penyelidikan, cara mendapatkan data, kawasan kajian, ujian permulaan, pemilihan responden dan masalah-masalah yang dihadapi sewaktu menjalankan penyelidikan. Kawasan penyelidikan terbahagi kepada 9 kawasan iaitu Seksyen 2, Seksyen 3, Seksyen 4, Seksyen 6, Seksyen 8, Seksyen 10, Seksyen 11, Seksyen 16 yang mewakili responden orang awam. Kawasan penyelidikan juga termasuk kampus ITM di mana responden diwakili oleh pelajar-pelajar ITM.

Bab keempat menerangkan anaiisa dan penemuan, nasi* aari penyelidikan yang telah dijalankan, termasuklah penemuan-penemuan soal selidik dan temubual secara peribadi. Anaiisa dan penemuan dibahagikan kepada 3 bahagian iaitu orang awam dan pelajar ITM, PENERBITAN HIZBI Sdn. Bhd. yang merangkumi perihal pengurusan kewangan, penerbitan, strategi pemasaran dan masalah. Akhir sekali anaiisa dan penemuan bagi pesaing-pesaing