

**MENGKAJI PENERIMAAN PENIAGA DAN
PENGGUNA TERHADAP PERUBAHAN KONSEP
PASAR TANI KEPADA KONSEP PASAR TANI MEGA**

NAMA	NO PENDAFTARAN
MOHD FIRDAUS BIN SA'ARI	08DPM06F365
KHAIRUL AZMI BIN MOHD KHALID	08DPM06F400
RAJA FUAZZAM ALAM SHAH	08DPM06F373
GOLIZA BINTI ABU TALIB	08DPM06F363
UMMU SUWAIBAH BINTI BAHARI	08DPM06F381

**Laporan ini dikemukakan kepada Jabatan Perdagangan sebagai memenuhi
sebahagian syarat penganugerahan Diploma Pengajian Perniagaan (Pengurusan)**

PENGESAHAN LAPORAN PROJEK

Laporan projek bertajuk “Mengkaji Penerimaan Peniaga Dan Pengguna Terhadap Perubahan Konsep Pasar Tani Kepada Konsep Pasar Tani Mega” ini telah dikemukakan, disemak serta disahkan sebagai memenuhi syarat dan keperluan Penilaian Projek seperti yang telah ditetapkan

Disemak Oleh :

Nama Penyelia	:	Puan Rafedah Binti Husain
Tandatangan Penyelia	:	
Tarikh	:	

Disahkan Oleh :

Nama Penyelaras	:	Puan Nor Haziha Binti Hussien
Tandatangan Penyelaras	:	
Tarikh	:	

PERAKUAN PELAJAR

Laporan ini adalah hasil usaha kami sepanjang kami melaksanakan projek akhir semester 6 ini kecuali bahagian-bahagian yang dilampirkan dari sumber-sumber yang dinyatakan.

1. Tandatangan : 
Nama : Mohd Firdaus Bin Sa'ari
No. Pend : 08 DPM 06 F365
Tarikh : 30 MEI 2007
2. Tandatangan : 
Nama : Raja Fuazzam Alam Shah
No. Pend : 08 DPM 06 F373
Tarikh : 30 MEI 2007
3. Tandatangan :
Nama : Khairul Azmi Bin Mohamed Khalid
No. Pend : 08 DPM 06 F400
Tarikh :

4. Tandatangan : 

Nama : Goliza Binti Abu Talib

No. Pend : 08 DPM 06 F363

Tarikh : 30 MEI 2007

5. Tandatangan : 

Nama : Ummu Suwaibah Binti Bahari

No. Pend : 08 DPM 06 F381

Tarikh : 30 MEI 2007

PENGHARGAAN

Assalamualaikum dan salam sejahtera,

Alhamdulillah, segala kesyukuran dan puji-pujian dipanjatkan ke hadrat Allah S.W.T kerana dengan limpah rahmat dan hidayah daripada-Nya, kami telah melaksanakan projek Akhir Semester 6 ini dengan jayanya.

Setinggi-tinggi penghargaan dan jutaan terima kasih diucapkan kepada Penyelia Projek kami iaitu Puan Rafedah Binti Husain di atas tunjuk ajar dan bimbingan yang diberikan dalam menyiapkan projek ini. Segala ilmu dan nasihat yang telah diberikan akan kami jadikan panduan dan pegangan hidup kami dalam merealisasikan segala ilmu yang telah dipelajari dalam kehidupan sebenar.

Tidak lupa juga kepada Penyelaras Projek iaitu Pn. Nor Haziha Binti Hussien dan di atas segala ilmu dan pengalaman yang diberikan dalam pelaksanaan projek akhir semester 6 ini. Begitu juga, kepada pensyarah-pensyarah yang telah memberikan sumbangan ilmu kepada projek kami untuk menghasilkan projek yang terbaik.

Di samping itu juga, ucapan terima kasih kepada rakan seperjuangan dalam memperlengkapkan lagi pelaksanaan projek akhir semester 6 yang telah kami jalankan di anggotai oleh lima orang pelajar. Tidak lupa juga kepada sahabat-sahabat yang turut membantu memberikan pendapat dalam projek akhir semester 6 kami ini. Sesungguhnya, jasa kalian amat kami hargai. Ribuan terima kasih kepada semua yang telah membantu secara langsung dan tidak langsung dalam menyiapkan projek ini dengan jayanya, terima kasih buat semua.

ABSTRAK

Perniagaan Pasar Tani Mega merupakan institusi pemasaran baru bagi memberi peluang kepada para petani untuk memasarkan hasil pertanian mereka secara terus kepada pengguna. Pembangunan pasar tani adalah selaras dengan Dasar Pertanian Negara kearah memperbaiki sistem pemasaran hasil pertanian. Pasar tani juga merujuk kepada pasar yang khusus menjual barang-barang hasil pertanian seperti sayur-sayuran, ayam dan daging segar. Ia berkonsepkan jualan langsung, di mana barangan dijual secara langsung oleh peniaga tanpa menggunakan orang tengah atau pemborong. Projek ini lebih menumpukan tentang isu penerimaan peniaga terhadap konsep pasar tani mega yang dijalankan di Pasar Tani Mega, Putrajaya. Penyelidik telah memilih 150 orang responden daripada peniaga dan 100 orang responden daripada pengguna secara rawak untuk dijadikan sampel kajian. Ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan peniaga dan pengguna di Pasar Tani tentang konsep Konsep Pasar Tani Mega yang diperkenalkan oleh Lembaga Pamasaran Pertanian Persekutuan (FAMA). Penyelidik menggunakan penyelidikan kualitatif seperti borang soal selidik untuk mendapatkan maklum balas daripada responden yang mana data tersebut di analisis secara manual. Dapatan daripada data yang di analisis, dipersembahkan di dalam bentuk jadual, carta pai dan carta silinder, carta kon, carta palang serta disokong dengan penjelasan oleh penyelidik berdasarkan kepada dapatan daripada fakta.

ABSTRACT

Pasar Tani Mega is the one of new marketing institution that gives chances to all seller and farmer to sell their product directly to consumer. Development of Pasar Tani is according to National Agriculture Concept towards repairing and upgrading the agriculture marketing system. Refer to Pasar Tani, it is normally sells the product like vegetables, fresh meats, and chickens. Their concept is direct selling to consumer without using the agent or wholesaler. These projects focus more on the issue about the acceptance of sellers towards Pasar Tani Mega Concept which were held in Putrajaya. Researchers choose 150 respondents from sellers and 100 from buyers randomly to be our sample. This is because we would like to know level of sellers and buyers regarding the Concept of Pasar Tani Mega introduced by Federal of Agricultural Marketing Association (FAMA). Researchers were using the qualitative research like questionnaire in setting information from the respondents. All the data were analyzed manually and had been shown and presented by using the table, pie chart and graph.

SENARAI KANDUNGAN

KANDUNGAN	MUKA SURAT
Halaman Tajuk	i
Pengesahan Laporan Projek	ii
Perakuan Pelajar	iii
Penghargaan	v
Abstrak	vi
Abstract	vii
Senarai Kandungan	viii
Senarai Jadual	xii
Senarai Rajah	xvi
Senarai Lampiran	xx

BAB	PERKARA	MUKA SURAT
1	PENGENALAN	
1.0	Pendahuluan	1
1.1	Latar Belakang Masalah	3
1.2	Penyata Masalah	4
1.3	Objektif Kajian	5
1.4	Kepentingan Kajian	6
1.4.1	Peniaga	6
1.4.2	Pengguna	7
1.4.3	Kerajaan (FAMA)	8
1.5	Skop Kajian	8
1.6	Batasan Kajian	9
2	ULASAN KARYA	
2.0	Pendahuluan	10
2.1	Artikel Akhbar Utusan Malaysia Bertajuk Kaji Semula Konsep Perniagaan Pasar Tani	11
2.2	Artikel Berita Harian, 1 Ogos 2006 Konsep Baru Janjikan Pulangan Lumayan Kepada Peniaga, Kebersihan Terjamin Berbanding Sistem Lama	12
2.3	Artikel Dari Akhbar Utusan Malaysia Bertajuk Sediakan Tapak Pasar Tani Kekal.	13

3 METODOLOGI KAJIAN

3.0	Pendahuluan	15
3.1	Rekabentuk Kajian	15
3.1.1	Data Primer	16
3.2	Tempat Kajian	17
3.3	Sampel Kajian	18
3.4	Instrumen Kajian	18
3.5	Keesahan & Kebolehpercayaan	19
3.6	Jangkamasa Kajian	20
3.7	Analisis Data	20
3.8	Populasi Kajian	21

4 ANALISIS DATA

4.0	Pengenalan	22
4.1	Bahagian A : Latar Belakang Responden	23
4.1.1	Latar Belakang Pengguna	23
4.1.2	Latar Belakang Peniaga	38
4.2	Bahagian B : Mengkaji Persepsi Peniaga Terhadap Konsep Pasar Tani Mega Yang Baru Diperkenalkan.	51
4.3	Bahagian C : Mengetahui Penerimaan Peniaga Pasar Tani Mega Terhadap Lokasi Dan Syarat Yang Ditetapkan Oleh PBT.	75

4.4	Bahagian D : Tahap Penerimaan Pengguna Terhadap Pasar Tani Mega Dari Aspek Masa Beroperasi Dan Harga Jualan.	93
4.5	Bahagian E : Untuk Mengetahui Maklum Balas Pengguna Terhadap Kesesuaian Lokasi Pasar Tani Mega Yang Disediakan Oleh PBT.	108
5	KESIMPULAN DAN CADANGAN	
5.0	Kesimpulan	121
5.1	Cadangan	125

BIBLIOGRAFI

LAMPIRAN

SENARAI JADUAL

No.Jadual	Tajuk	Muka Surat
3.1	Skala Likert	19
4.1	Bilangan Responden Mengikut Jantina	23
4.2	Bilangan Responden Mengikut Peringkat Umur	25
4.3	Bilangan Responden Mengikut Bangsa	27
4.4	Bilangan Responden Mengikut Status	29
4.5	Bilangan Responden Mengikut Pekerjaan	31
4.6	Bilangan Responden Mengikut Jenis Barangan Yang Menjadi Pilihan Di Pasar Tani Mega	33
4.7	Bilangan Responden Mengikut Kekerapan Berkunjung Ke Pasar Tani Mega.	35
4.8	Bilangan Responden Mengikut Jantina.	38
4.9	Bilangan Responden Mengikut Peringkat Umur	41
4.10	Bilangan Responden Mengikut Bangsa.	43
4.11	Bilangan Responden Mengikut Status	45
4.12	Bilangan Responden Mengikut Pendapatan	47
4.13	Bilangan Responden Mengikut Jenis Barangan Dijual	49

4.14	Pandangan Responden Mengenai Tahap Sambutan Yang Menggalakkan Daripada Pengguna.	51
4.15	Pandangan Responden Terhadap Pasar Tani Mega Yang Dapat Meningkatkan Sumber Hasil Pendapatan Peniaga.	54
4.16	Responden memperolehi Sumber Bekalan Barang Niaga Tanpa Menggunakan Khidmat Orang Tengah.	56
4.17	Konsep Pasar Tani Mega Dapat Memperluaskan Ruang Pasaran Perniagaan Responden.	58
4.18	Konsep Pasar Tani Mega Yang Baru Diperkenalkan Menarik Minat Ramai Pengguna Untuk Berbelanja.	60
4.19	Pandangan Responden Mengenai Konsep Pasar Tani Mega Yang Menyediakan Kemudahan Lebih Baik Kepada Peniaga.	62
4.20	Konsep Pasar Tani Mega Membuka Peluang Perniagaan Untuk Responden Memperkenalkan Produk Baru.	65
4.21	Pandangan Peniaga Mengenai Konsep Pasar Tani Mega Menarik Minat Lebih Ramai Peniaga Kecil Untuk Melibatkan Diri Dalam Perniagaan Pasar Tani	67
4.22	Konsep Pasar Tani Mega Mewujudkan Saingan Yang Besar Di Kalangan Peniaga.	69
4.23	Pandangan Responden Mengenai Bayaran Kos Peralatan Yang Disediakan Berpatutan.	71
4.24	Konsep Pasar Tani Mega Mempunyai Kedudukan Khemah Yang Lebih Tersusun.	73

4.25	Tahap Penerimaan Responden Terhadap Lokasi Yang Disediakan Oleh PBT Adalah Strategik.	75
4.26	Pandangan Peniaga Mengenai Kelulusan Lesen Perniagaan Pasar Tani Mega Yang Mudah Untuk diperolehi Daripada Pihak PBT	77
4.27	Yuran Lesen Perniagaan Pasar Tani Mega Yang Dikenakan Terhadap Responden Berpatutan.	79
4.28	Penerimaan Peniaga Terhadap Waktu Perniagaan Beroperasi Yang Ditetapkan Adalah Sesuai.	81
4.29	Penerimaan Responden Terhadap Kemudahan Bayaran Ansuran Yuran Perlesenan Yang Diwujudkan Tidak Membebankan.	83
4.30	Lokasi Perniagaan Mempunyai Kemudahan Perkhidmatan Awam Untuk Pengguna Yang Mengunjungi Pasar Tani Mega.	85
4.31	Terdapat Kemudahan Peralatan Disediakan Oleh PBT Kepada Peniaga.	87
4.32	Penerimaan Responden Terhadap Syarat Permohonan Lesen Perniagaan Yang Dilaksanakan Mudah Serta Cepat	89
4.33	Penerimaan Responden Terhadap Keadaan Tapak Perniagaan Pasar Tani Mega Lebih Teratur.	91
4.34	Penerimaan Pengguna Terhadap Masa Pasar Tani Mega Beroperasi Sesuai Dengan Aktiviti Pengguna.	93
4.35	Penubuhan Pasar Tani Mega Memudahkan Responden Membeli Barangan Segar Tanpa Perlu Ke Pasar Raya.	96

4.36	Konsep Pasar Tani Mega Memudahkan Pengguna Mencari Barangan Segar.	98
4.37	Pandangan Pengguna Mengenai Urusan Jual Beli Di Pasar Tani Mega Berjalan Dengan Lancar Dan Sistematis.	100
4.38	Tahap Penerimaan Pengguna Terhadap Tempoh Masa Pasar Tani Mega Beroperasi Dapat Memenuhi Keperluan Pengguna.	102
4.39	Penerimaan Pengguna Terhadap Harga Jualan Barang Di Pasar Tani Mega Berpatutan.	104
4.40	Pandangan Pengguna Mengenai Urusan Jual Beli Mudah Dijalankan Dengan Penggunaan Tunai.	106
4.41	Maklum Balas Pengguna Terhadap Lokasi Yang Disediakan Strategik Serta Dekat Dengan Kawasan Perumahan.	108
4.42	Maklum Balas Pengguna Terhadap Lokasi Pasar Tani Mega Luas Serta Memudahkan Aktiviti Jual Beli.	111
4.43	Maklum Balas Pengguna Terhadap Lokasi Pasar Tani Mega Yang Disediakan Mudah Untuk Dikenalpasti.	113
4.44	Pandangan Pengguna Mengenai Lokasi Pasar Tani Mega Yang Disediakan Selesa Untuk Urusan Jual Beli.	115
4.45	Pandangan Pengguna Mengenai Lokasi Pasar Tani Mega Yang Disediakan Mempunyai Kemudahan Meletak Kenderaan Yang Mencukupi.	117
4.46	Pandangan Pengguna Terhadap Suasana Pasar Tani Mega Yang Lebih Selesa Serta Teratur.	119

SENARAI RAJAH

No. Rajah	Tajuk	Muka Surat
4.1	Bilangan Responden Mengikut Jantina	24
4.2	Bilangan Responden Mengikut Peringkat Umur	25
4.3	Bilangan Responden Mengikut Bangsa	27
4.4	Bilangan Responden Mengikut Status	29
4.5	Bilangan Responden Mengikut Pekerjaan	31
4.6	Bilangan Responden Mengikut Jenis Barangan Yang Menjadi Pilihan Di Pasar Tani Mega	33
4.7	Bilangan Responden Mengikut Kekerapan Berkunjung Ke Pasar Tani Mega.	36
4.8	Bilangan Responden Mengikut Jantina.	39
4.9	Bilangan Responden Mengikut Peringkat Umur	41
4.10	Bilangan Responden Mengikut Bangsa.	43
4.11	Bilangan Responden Mengikut Status	45
4.12	Bilangan Responden Mengikut Pendapatan	47
4.13	Bilangan Responden Mengikut Jenis Barangan Dijual	49

4.14	Pandangan Responden Mengenai Tahap Sambutan Yang Menggalakkan Daripada Pengguna.	52
4.15	Pandangan Responden Terhadap Pasar Tani Mega Yang Dapat Meningkatkan Sumber Hasil Pendapatan Peniaga.	54
4.16	Responden memperolehi Sumber Bekalan Barang Niaga Tanpa Menggunakan Khidmat Orang Tengah.	56
4.17	Konsep Pasar Tani Mega Dapat Memperluaskan Ruang Pasaran Perniagaan Responden.	58
4.18	Konsep Pasar Tani Mega Yang Baru Diperkenalkan Menarik Minat Ramai Pengguna Untuk Berbelanja.	60
4.19	Pandangan Responden Mengenai Konsep Pasar Tani Mega Yang Menyediakan Kemudahan Lebih Baik Kepada Peniaga.	63
4.20	Konsep Pasar Tani Mega Membuka Peluang Perniagaan Untuk Responden Memperkenalkan Produk Baru.	66
4.21	Pandangan Peniaga Mengenai Konsep Pasar Tani Mega Menarik Minat Lebih Ramai Peniaga Kecil Untuk Melibatkan Diri Dalam Perniagaan Pasar Tani	68
4.22	Konsep Pasar Tani Mega Mewujudkan Saingan Yang Besar Di Kalangan Peniaga.	70
4.23	Pandangan Responden Mengenai Bayaran Kos Peralatan Yang Disediakan Berpatutan.	72
4.24	Konsep Pasar Tani Mega Mempunyai Kedudukan Khemah Yang Lebih Tersusun.	73

4.25	Tahap Penerimaan Responden Terhadap Lokasi Yang Disediakan Oleh PBT Adalah Strategik.	75
4.26	Pandangan Peniaga Mengenai Kelulusan Lesen Perniagaan Pasar Tani Mega Yang Mudah Untuk Diperolehi Daripada Pihak PBT	77
4.27	Yuran Lesen Perniagaan Pasar Tani Mega Yang Dikenakan Terhadap Responden Berpatutan.	79
4.28	Penerimaan Peniaga Terhadap Waktu Perniagaan Beroperasi Yang Ditetapkan Adalah Sesuai.	81
4.29	Penerimaan Responden Terhadap Kemudahan Bayaran Ansuran Yuran Perlesenan Yang Diwujudkan Tidak Membebankan.	83
4.30	Lokasi Perniagaan Mempunyai Kemudahan Perkhidmatan Awam Untuk Pengguna Yang Mengunjungi Pasar Tani Mega.	85
4.31	Terdapat Kemudahan Peralatan Disediakan Oleh PBT Kepada Peniaga.	87
4.32	Penerimaan Responden Terhadap Syarat Permohonan Lesen Perniagaan Yang Dilaksanakan Mudah Serta Cepat	89
4.33	Penerimaan Responden Terhadap Keadaan Tapak Perniagaan Pasar Tani Mega Lebih Teratur.	91
4.34	Penerimaan Pengguna Terhadap Masa Pasar Tani Mega Beroperasi Sesuai Dengan Aktiviti Pengguna.	94
4.35	Penubuhan Pasar Tani Mega Memudahkan Responden Membeli Barangan Segar Tanpa Perlu Ke Pasar Raya.	96

4.36	Konsep Pasar Tani Mega Memudahkan Pengguna Mencari Barangan Segar.	98
4.37	Pandangan Pengguna Mengenai Urusan Jual Beli Di Pasar Tani Mega Berjalan Dengan Lancar Dan Sistematis.	100
4.38	Tahap Penerimaan Pengguna Terhadap Tempoh Masa Pasar Tani Mega Beroperasi Dapat Memenuhi Keperluan Pengguna.	102
4.39	Penerimaan Pengguna Terhadap Harga Jualan Barang Di Pasar Tani Mega Berpatutan.	104
4.40	Pandangan Pengguna Mengenai Urusan Jual Beli Mudah Dijalankan Dengan Penggunaan Tunai.	106
4.41	Maklum Balas Pengguna Terhadap Lokasi Yang Disediakan Strategik Dekat Dengan Kawasan Perumahan.	109
4.42	Maklum Balas Pengguna Terhadap Lokasi Pasar Tani Mega Luas Serta Memudahkan Aktiviti Jual Beli.	111
4.43	Maklum Balas Pengguna Terhadap Lokasi Pasar Tani Mega Yang Disediakan Mudah Untuk Dikenalpasti.	113
4.44	Pandangan Pengguna Mengenai Lokasi Pasar Tani Mega Yang Disediakan Selesa Untuk Urusan Jual Beli.	115
4.45	Pandangan Pengguna Mengenai Lokasi Pasar Tani Mega Yang Disediakan Mempunyai Kemudahan Meletak Kenderaan Yang Mencukupi.	117
4.46	Pandangan Pengguna Terhadap Suasana Pasar Tani Mega Yang Lebih Selesa Serta Teratur.	119

SENARAI LAMPIRAN

Lampiran	Tajuk
A	Soal Selidik
B	Surat Kebenaran Soal Selidik
C	Rancangan Kerja Sesi Pertama Projek semester 6