

**PEMBANGUNAN LAMAN WEB PERNIAGAAN DALAM
MEMPROMOSIKAN PRODUK DI SYARIKAT AMN
CREATIVE CENTRE**

MOHAMMAD NAZMIE ARIFF BIN AZLAN

**IJAZAH SARJANA MUDA TEKNOLOGI KREATIF
DENGAN KEPUJIAN**

2021

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN



UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

**PEMBANGUNAN LAMAN WEB PERNIAGAAN DALAM
MEMPROMOSIKAN PRODUK DI SYARIKAT AMN
CREATIVE CENTRE**

MOHAMMAD NAZMIE ARIFF BIN AZLAN

C17A0103

Tesis yang dikemukakan untuk memenuhi sebahagian daripada syarat bagi memenuhi Ijazah Sarjana Muda Teknologi Kreatif dengan kepujian

**FAKULTI TEKNOLOGI KREATIF DAN WARISAN
(FTKW)**

UNIVERSITI MALAYSIA KELANTAN

2021

PERAKUAN STATUS TESIS

Saya dengan ini memperakukan bahawa kerja yang terkandung dalam tesis ini adalah hasil penyelidikan yang asli dan tidak pernah dikemukakan oleh ijazah tinggi daripada mana-mana Universiti atau institusi.

TERBUKA

Saya bersetuju bahawa tesis boleh didapati sebagai naskah keras atau akses terbuka dalam talian (teks penuh)

SEKATAN

Saya bersetuju bahawa tesis boleh didapati sebagai naskah keras atau dalam talian (teks penuh) bagi tempoh yang diluluskan oleh Jawatankuasa Pengajian Siswazah.

Dari tarikh _____ hingga _____

SULIT

(Mengandungi maklumat sulit di bawah Akta Rahsia Rasmi 1972)*

TERHAD

(Mengandungi maklumat terhad yang ditetapkan oleh organisasi di mana penyelidikan dijalankan)*

Saya mengakui bahawa Universiti Malaysia Kelantan mempunyai hak berikut:

1. Tesis adalah hak milik Universiti Malaysia Kelantan.
2. Perpustakaan Universiti Malaysia Kelantan mempunyai hak untuk membuat salinan tujuan pengajian sahaja.
3. Perpustakaan dibenarkan membuat salinan tesis ini sebagai bahan pertukaran antara institusi pengajian.

Tandatangan Utama

Tandatangan Penyelia

nazmie

MOHAMMAD NAZMIE ARIFF

EN ARIFF BIN ARIFFIN

BIN AZLAN

Tarikh: 15 JULAI 2021

Tarikh: 15 JULAI 2021

Nota* Sekiranya Tesis ini adalah SULIT atau TERHAD, sila kepitkan bersama surat daripada organisasi dengan menyatakan tempoh dan sebab-sebab kerahsiaan dan sekatan.

PENGAKUAN

Saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satunya yang telah saya jelaskan sumbernya.

nazmie

Tandatangan

Nama Pelajar : MOHAMMAD NAZMIE ARIFF BIN AZLAN

No Matrik : C17A0103

Tarikh: 15 JULAI 2021

Tandatangan Penyelia

Tandatangan Penyelia

Nama Penyelia : EN ARIFF BIN ARIFFIN

Cop :

Tarikh: 15 JULAI 2021

PENGHARGAAN

Assalamualaikum dan salam sejahtera, Syukur ke hadrat Ilahi kerana dengan limpah kurniaNya, projek penyelidikan ini telah berjaya disiapkan dalam tempoh yang ditetapkan. Selain itu, banyak halangan dan dugaan dalam tempoh saya menyiapkan projek penyelidikan ini. Tetapi, saya berbangga walaubagaimanapun saya dapat menyelesaikan tugas ini dengan sempurna.

Pertama sekali, saya ingin melafazkan setinggi-tinggi ucapan terima kasih kepada penyelia projek penyelidikan saya iaitu En Ariff bin Ariffin atas nasihat, bimbingan dan sokongan sepanjang saya menjalan kajian ini. Beliau merupakan individu yang sering mengambil berat akan tugas para pelajar di bawah seliaannya serta selalu memberikan pandangan dan pembetulan terhadap kajian.

Selain itu, saya ingin mengucapkan jutaan terima kasih kepada kedua-dua ibu dan bapa saya kerana menjadi pembakar semangat saya di “Menara Gading” ini dalam melakukan apa jua perkara di dalam kehidupan termasuklah menyempurnakan tugas projek penyelidikan ini. Mereka jugalah yang banyak berkorban masa dan wang ringgit untuk saya menyiapkan tugas ini.

Tidak lupa juga, saya ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada rakan-rakan saya yang sentiasa memberikan dorongan dan semangat saat saya menghadapi kesukaran dalam perlaksanaan kajian ini. Sebelum saya mengundur diri, ingin saya selitkan juga ucapan terima kasih kepada pihak Universiti Malaysia Kelantan serta pihak-pihak yang telah terlibat secara langsung dan tidak langsung dalam penyempurnaan projek penyelidikan ini. Semoga dengan segala bantuan dan kerjasama yang diberikan mampu membuka lembaran baru terhadap dunia industri kreatif dan warisan di negara Malaysia ini.

**KAJIAN KES: PEMBANGUNAN LAMAN WEB PERNIAGAAN DALAM
MEMPROMOSIKAN PRODUK DI SYARIKAT AMN CREATIVE CENTRE**

ABSTRAK

Kajian ini dijalankan adalah untuk mengkaji kelemahan pemasaran digital untuk mempromosikan produk di Syarikat AMN Creative Centre. Promosi adalah komunikasi yang diguna oleh penjual untuk memujuk atau mengingatkan pembeli berpotensi mengenai kewujudan produk atau perkhidmatan. Kebanyakan pengguna lebih suka membeli produk secara dalam talian kerana ingin memudahkan urusan jualbeli. Syarikat AMN Creative Centre tidak mempunyai laman web perniagaan untuk mempromosikan produk jualan. Hal ini menyebabkan perniagaan percetakan ini kurang mendapat sambutan dalam pasaran. Dengan ini, pembangunan laman web perniagaan dapat membantu meningkatkan jualan percetakan. Selain itu, pengkaji dapati sebelum ini, pengusaha syarikat menggunakan kaedah pengiklanan secara mengedarkan naskah dalam mempromosikan jualan di Syarikat AMN Creative Centre. Laman web perlu diwujudkan dalam setiap perniagaan supaya dapat memperkembangkan jualan. Reka bentuk laman web memberi kesan baik kepada pengguna untuk menarik perhatian mereka. Oleh yang demikian, dengan membangunkan laman web perniagaan pengkaji dapat mengatasi masalah mempromosikan produk di Syarikat AMN Creative Centre.

Kata kunci: laman web perniagaan, reka bentuk laman web, promosi produk.

**CASE STUDY: BUSINESS WEBSITE DEVELOPMENT IN PROMOTING
PRODUCTS AT AMN CREATIVE CENTER COMPANY**

ABSTRACT

This study was conducted to examine the weaknesses of digital marketing to promote products in the AMN Creative Center Company. Promotion is the communication used by sellers to persuade or remind potential buyers of the existence of a product or service. Most consumers prefer to buy products online because they want to facilitate buying and selling. AMN Creative Center does not have a business website to promote sales products. This makes the printing business less popular in the market. With this, the development of a business website can help increase printing sales. In addition, researchers found that previously, company entrepreneurs used advertising methods by distributing manuscripts in promoting sales at the AMN Creative Center Company. Websites need to be created in every business in order to grow sales. Website design has a good effect on users to attract their attention. Therefore, by developing a business website, researchers can overcome the problem of promoting products in the AMN Creative Center Company.

Keywords: Business website, website design, product promotion.

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

ISI KANDUNGAN

PENGHARGAAN

ABSTRAK _____ i

ABSTRACT _____ ii

BAB 1

PENDAHULUAN _____ 1

1.1 PENGENALAN _____ 1

1.2 LATAR BELAKANG _____ 3

1.3 PERNYATAAN MASALAH _____ 4

1.4 OBJEKTIF KAJIAN _____ 5

1.5 PERSOALAN KAJIAN _____ 5

1.6 HIPOTESIS KAJIAN _____ 5

1.7 SKOP KAJIAN _____ 6

1.8 KAEDAH KAJIAN _____ 8

1.9 HAD KAJIAN _____ 10

1.10 BATASAN KAJIAN _____ 10

1.11 KESIMPULAN _____ 10

BAB 2

KAJIAN LITERATURE _____ 12

2.1 PENGENALAN _____ 12

2.2 DEFINISI KAJIAN _____ 13

2.2.1 Pembangunan _____ 13

2.2.2 Laman Web _____ 13

2.2.3 Perniagaan _____ 14

2.2.4 Promosi	15
2.3 SOROTAN KAJIAN LEPAS	15
2.3.1 Pembangunan	15
2.3.2 Laman Web	16
2.3.3 Perniagaan	17
2.3.4 Promosi	18
2.4 KAITAN TEORI DAN KAJIAN	19
2.4.1 Pembangunan	19
2.4.2 Laman Web	19
2.4.3 Perniagaan	19
2.4.4 Promosi	20
BAB 3	
METODOLOGI KAJIAN	21
3.1 PENGENALAN	21
3.2 KAEDAH PENGUMPULAN DATA	21
3.2.1 Kaedah Kualitatif	21
3.2.2 Kaedah Kuantitatif	22
3.3 KAEDAH ANALISIS DATA	23
3.3.1 Proses Pengumpulan Data	23
3.3.2 Proses Analisis Data	23
3.4 KESIMPULAN	24
BAB 4	
ANALISIS DATA DAN PEMBANGUNAN PROJEK	25
4.0 PENGENALAN	25
4.1 ANALISIS DATA DEMOGRAFI	26

4.2 ANALISIS PENGENALAN KEPADA SUBJEK	30
4.3 ANALISIS OBJEKTIF KAJIAN	40
4.4 PEMBANGUNAN PROJEK DAN CADANGAN	49
4.5 PEMBANGUNAN LAMAN WEB	54
4.6 REKABENTUK ANTARAMUKA LAMAN WEB	55
4.7 PROSES PEMBANGUNAN LAMAN WEB	58
4.8 KESIMPULAN	68
BAB 5	
KESIMPULAN DAN CADANGAN	69
5.0 PENGENALAN	69
5.1 CADANGAN	69
5.2 KESIMPULAN	70
BIBLIOGRAFI/RUJUKAN	71
LAMPIRAN	73

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 PENGENALAN

Rakyat Malaysia merupakan antara rakyat Negara Asia yang paling ramai melayari internet dalam dunia. Keajaiban internet tidak perlu dipersoalkan lagi. Para usahawan di seluruh dunia menjana hampir berbilion ringgit daripada medium ini. Sama ada produk digital mahupun fizikal, semuanya adalah mungkin dengan kewujudan internet. Ini kerana jika secara offline, bilangan manusia adalah terhad manakala secara *atas talian*, perniagaan dapat diperkenalkan pada beribu-ribu orang dalam masa yang sekejap sahaja.

Perniagaan yang dijalankan bertujuan untuk memasarkan produk supaya pelanggan lebih mengenali dan memperkenalkan Syarikat AMN Creative Centre. Dalam menjalankan perniagaan, pemasaran adalah sangat penting untuk menarik minat pelanggan. Menurut Salwa Nizam (2018), pemasaran adalah sangat penting bagi usahawan dalam sesebuah perniagaan. Tanpa pemasaran, perniagaan tersebut tidak akan mendapat tempat dalam hati pelanggan. Selain itu, pemasaran dalam Syarikat AMN Creative Centre perlu diperkembangkan dan diperkenalkan supaya dapat menambah keuntungan syarikat terutama pada musim persekolahan. Ini akan menyebabkan jualan dapat dipasarkan dengan lebih banyak. Setelah saya membuat pemerhatian selama 2 hari, terdapat satu kajian kes tentang **‘Pembangunan Laman Web Perniagaan dalam Mempromosikan Produk di Syarikat AMN Creative Centre**. Hal ini kerana syarikat AMN Creative Centre tidak memasarkan produknya di laman web perniagaan dan menjadikan syarikat sukar mendapat perhatian daripada pelanggan.

Terdapat beberapa definisi yang diberikan berkenaan dengan laman web. Mohd Arif & Mohd Jasmy (2000) menjelaskan laman web adalah laman yang mengandungi pelbagai maklumat dalam bentuk teks, grafik, animas audio dan video yang berdasarkan kepada citarasa dan kreativiti pembinaan laman web tersebut. Manakala Zolkepli et al. (2001) dalam Zurina et al. (2009) menjelskan laman web ialah integrasi grafik, teks dan bunyi ke dalam satu halaman paparan. Melalui laman web semua maklumat dapat diakses dengan hanya mengklik di hujung jari.

Oleh itu, Syarikat AMN Creative Centre merupakan sumber untuk mendapatkan produk pengiklanan dan percetakan serta cenderahati. Syarikat AMN Creative Centre memerlukan pengurusan yang cepat dan sistematik agar ia dapat menjalankan urusniaga yang lebih berkesan seperti membangunkan laman web perniagaan syarikat. Syarikat AMN Creative Centre telah ditubuhkan pada tahun 2012 dan ianya sebuah syarikat 100% dimiliki oleh bumiputera sepenuhnya. Pada dasarnya syarikat ini berkecimpung dalam bidang percetakan sahaja, tetapi kini pemilik syarikat telah mengembangkan bidang perniagaan dengan membekalkan alatan pejabat, hadiah, cenderahati, pakaian sukan dan lain lain. Hal ini kerana pemilik syarikat mempunyai hubungan baik dengan pengilang dan pembekal untuk mendapatkan sumber yang cukup.

Syarikat AMN Creative Centre adalah terletak di Kawasan yang sangat strategik. Hal ini akan menyebabkan syarikat tersebut boleh memasarkan produknya dengan lebih meluas. Pengkaji juga yakin bahawa produk yang dihasilkan oleh Syarikat AMN Creative Centre adalah kegunaan masyarakat. Jadi ia akan lebih memperkenalkan dan dapat memasarkan produk jualannya.

1.2 LATAR BELAKANG KAJIAN

Kajian ini dilakukan adalah untuk membuat pemerhatian dan mengenal pasti masalah yang dihadapi oleh perniagaan produk percetakan “AMN Creative Centre”. Kajian kali ini adalah untuk membangunkan laman web perniagaan syarikat tersebut. Pembangunan laman web perniagaan untuk mempromosikan produk percetakan di Syarikat AMN Creative Centre adalah penting kerana ianya dapat memperluaskan lagi jualan percetakan.

Penggunaan laman web oleh setiap organisasi perniagaan mampu memudahkan pelanggan berjual beli (Seminar eUsahawan MDEC, 2016). Kemudahan yang diperoleh adalah dari segi dapat menjimatkan masa pelanggan dalam proses pembelian dan memudahkan pelanggan membuat carian. Laman web merupakan kedai atas talian yang dibuka 24jam, oleh itu pelanggan boleh melanggan pada bila-bila masa sahaja dimana jua. Transaksi yang dibuat berlaku serta merta.

Pembangunan laman web perniagaan untuk syarikat AMN Creative Centre ini bukanlah mewujudkan laman web sahaja, namun penggunaan antarmuka laman web yang bersesuaian juga memainkan peranan yang penting untuk mempromosikan produk percetakan. Sebagai contoh, penggunaan antaramuka laman web yang mesra pengguna yang boleh diakses oleh semua golongan.

1.3 PERNYATAAN MASALAH

Setelah membuat pemerhatian selama dua hari pengkaji telah mendapati dan mengenalpasti beberapa masalah yang sering berlaku dalam Syarikat AMN Creative Centre. Masalah utama dalam Syarikat AMN Creative Centre adalah kelemahan pemasaran digital dari segi kekurangan menggunakan media sosial. Syarikat AMN CREATIVE CENTRE memasarkan produk hanya menggunakan Aplikasi Whatsapp dan laman media sosial Facebook. Namun begitu, produk yang dihasilkan tidak dapat dipasarkan dengan lebih meluas. Menurut Zainab Zakirah Abdul Halim, Dania Salsabila Azmi, Nurazmallail Marni (2019), penggunaan media sosial juga adalah salah satu cara yang paling berkesan bagi peniaga untuk menembusi pasaran tertentu.

Selain itu, masalah yang kedua pengkaji dapati di syarikat AMN Creative Centre ini adalah ketiadaan pemasaran digital dari segi video mempromosikan syarikat AMN Creative Centre. Syarikat AMN Creative Centre tidak menggunakan video sebagai alat untuk mempromosikan produk syarikat. Pemasaran digital melalui video dapat memperkenalkan syarikat dengan lebih berkesan dan memudahkan pelanggan faham perkhidmatan yang disediakan. Oleh itu, kelemahan pemasaran digital di Syarikat AMN Creative Centre ini meningkatkan risiko terhadap syarikat iaitu keuntungan yang tidak seberapa.

Di samping itu, masalah yang ketiga pengkaji dapati di Syarikat AMN Creative Centre ialah kelemahan pemasaran digital iaitu tidak mempunyai laman web untuk memasarkan produk. Penggunaan laman web sememangnya dapat memasarkan produk dengan lebih efisien dan lebih berkesan untuk memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh sesebuah syarikat. Dengan ketiadaan laman web tersebut, Syarikat AMN Creative Centre tidak dapat memasarkan produk dengan lebih baik sekaligus mengurangkan pendapatan syarikat.

1.4 OBJEKTIF KAJIAN

Terdapat tiga objektif kajian semasa pengkaji menjalankan kajian iaitu;

- i. Mengenalpasti kelemahan Pemasaran Digital dalam Syarikat AMN Creative Centre.
- ii. Mencadangkan reka bentuk antaramuka laman web perniagaan dalam Syarikat AMN Creative Centre.
- iii. Membangunkan laman web perniagaan untuk memasarkan produk dan memperkenalkan Syarikat AMN Creative Centre.

1.5 PERSOALAN KAJIAN

Berikut adalah persoalan penyelidikan yang telah wujud seiring dengan objektif kajian:

- i. Apakah kelemahan Pemasaran Digital dalam Syarikat AMN Creative Centre?
- ii. Apakah antaramuka yang sesuai untuk membangunkan laman web perniagaan?
- iii. Adakah website yang dibangunkan memberi kesan yang baik terhadap Syarikat AMN Creative Centre?

1.6 HIPOTESIS KAJIAN

Hipotesis yang didapati semasa pengkaji menjalan kajian ini. Terdapat beberapa masalah yang dihadapi oleh pengkaji. Antara permasalahannya ialah syarikat Amn Cretive Centre tidak mempunyai laman web untuk mempromosikan jualanannya. Masalah ini boleh dihadapi dengan mudah jika dapat membina satu laman web yang baru. Hal ini akan menyebabkan syarikat ini berkembang maju dari segi jualanannya.

1.7 Skop Kajian

Pengkaji telah menyenaraikan beberapa skop kajian yang dijalankan dalam kajian ini iaitu:

1.7.1 Skop kajian

Kajian yang dijalankan adalah mengenalpasti masalah yang dihadapi oleh Syarikat AMN Creative Centre. Setelah pengkaji membuat pemerhatian masalah yang ingin dikaji adalah pembangunan laman web perniagaan dalam mempromosikan produk di Syarikat AMN Creative Centre. Pengkaji mendapati syarikat ini tidak mempunyai laman web untuk memasarkan produknya dengan lebih meluas. Pengkaji bercadang untuk membangunkan laman web supaya dapat memperkenalkan dan mempromosikan produknya dengan lebih meluas.

1.7.2 Batasan umur

Borang soal selidik secara atas talian akan dibekalkan dan akan melibatkan pengusaha syarikat AMN Creative Centre, pekerja dan orang awam yang pelbagai umur. Hal ini akan membantu pengkaji mendapatkan maklumat yang jelas dan tepat.

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

1.7.3 Lokasi kajian

Kajian ini dijalankan dikawasan lot kedai yang beralamat di Jalan Tun Abdul Jalil 1, 81440 Bandar Tenggara Kulai Johor. Syarikat AMN Creative Centre mempunyai 5 orang pekerja dan seorang pengurus Syarikat AMN Creative Centre. Pengurus Syarikat AMN Creative Centre ialah Encik Amin Bin Marozan. Kajian ini memfokuskan kepada 'Pembangunan Laman Web Perniagaan Dalam Mempromosikan Produk di Syarikat Amn Creative Centre'. Skop kajian ini adalah untuk membangunkan sebuah laman web perniagaan untuk membantu pengurus syarikat dalam pengurusan memasarkan produk cetakan AMN Creative Centre. Selain itu, ia juga bertujuan untuk membantu pengurus syarikat meningkatkan jualan dan keuntungan yang lebih besar.



1.8 KAEDAH KAJIAN

Terdapat beberapa kaedah kajian yang telah disenaraikan oleh pengkaji sepanjang kajian dijalankan melalui penyediaan satu jadual pergerakan yang akan dijalankan secara teratur seperti di bawah. Hal ini kerana memudahkan pengkaji untuk mengenalpasti masalah dan menyelesaikan masalah kajian yang dilakukan. Pengkaji juga perlu mendapatkan maklumat yang betul supaya mudah untuk menghasilkan laporan yang lengkap. Jadual dibawah adalah pergerakan kajian yang perlu diikuti supaya kajian lebih teratur.



Jadual 1.1: Jadual Pergerakan Kajian

Jadual 1.1 menunjukkan jadual pergerakan kajian yang akan dijalankan oleh pengkaji bagi mengumpul data dan maklumat dengan lebih teratur untuk menyempurnakan kajian ini. Aliran kaedah kajian yang pertama adalah dengan mengenalpasti isu yang ingin dikaji dan memilih satu isu kajian iaitu Pembangunan laman web perniagaan dalam mempromosikan produk di Syarikat AMN Creative Centre yang dijalankan di Bandar Tenggara, Kulai Johor.

Kaedah kedua dalam aliran ialah Penyataan masalah yang perlu dikaji oleh pengkaji dalam menjalankan kajian. Pengkaji menyatakan masalah bahawa pembangunan laman web perniagaan perlu diwujudkan dalam Syarikat AMN Creative Centre supaya dapat mempromosikan produk syarikat dengan lebih meluas.

Kaedah ketiga ialah objektif kajian yang telah pengkaji senaraikan seperti mengenalpasti kelemahan pemasaran digital dalam Syarikat AMN Creative Centre, mencadangkan reka bentuk antaramuka laman web perniagaan dalam Syarikat AMN Creative Centre, membangunkan laman web perniagaan untuk memasarkan produk dan memperkenalkan Syarikat AMN Creative Centre.

Seterusnya ialah persoalan kajian di mana pengkaji menyatakan setiap persoalan dalam kajian yang dijalankan. Bagi mendapatkan data dan maklumat dalam proses kajian, pengkaji akan menjalankan tinjauan literatur dengan mengkaji beberapa bahan rujukan kajian sebelum ini untuk dijadikan sumber rujukan. Setelah maklumat dan data dikumpul dan telah lengkap seperti yang diinginkan oleh pengkaji, satu bentuk laporan kajian yang lengkap akan disediakan.

Dalam aliran seterusnya ialah mereka bentuk kajian adalah dengan pengkaji memperoleh data dan maklumat melalui kaedah temubual, tinjauan dan kaedah kaji selidik atas talian. Bagi kaedah tersebut, sampel kajian akan dilampirkan bagi memudahkan pengkaji menjalankan analisis data yang diperolehi daripada beberapa responden.

1.9 HAD KAJIAN

Kajian ini dijalankan kepada beberapa responden yang terdiri daripada pelbagai golongan. Pengkaji menetapkan golongan pelajar, peniaga dan masyarakat adalah had dalam kajian ini. Hal ini kerana, Syarikat AMN Creative Centre memberikan perkhidmatan yang sering digunakan oleh ketiga-tiga golongan tersebut. Sebagai contoh, produk yang dihasilkan adalah mencetak baju kelab, membuat bena kedai, dan menghasilkan stiker jualan. Jadi, ini akan menyebabkan Syarikat AMN Creative Centre mendapat sambutan yang tinggi dalam mempromosikan jualan. Pengecilan skop adalah bertujuan memudahkan pengkaji mendapatkan data dan maklumat secara kualitatif.

1.10 BATASAN KAJIAN

Kajian ini dihasilkan dan terbatas bagi menghasilkan sebuah buku rujukan tambahan kepada semua golongan masyarakat terutamanya mahasiswa. Hal ini kerana mereka adalah salah satu daripada golongan yang sering menggunakan perkhidmatan cetakan tersebut dalam kehidupan sebagai seorang mahasiswa.

1.11 KESIMPULAN

Kesimpulannya, pembangunan laman web perniagaan dalam mempromosikan produk di syarikat AMN Creative Centre menjadi satu kajian kes untuk pengkaji. Pengkaji telah mendapat pelbagai maklumat yang berkaitan dengan pemasaran digital yang disuarakan oleh pemilik syarikat. Kelemahan pemasaran digital yang dihadapi oleh syarikat AMN Creative Centre telah mengubah struktur kewangan menjadi lemah dan sekaligus mengurangkan pengeluaran produk. Hal ini demikian, pengkaji telah bercadang untuk

membangunkan laman web perniagaan di syarikat AMN Creative Centre untuk meningkatkan pasaran produk di seluruh tempat. Pengkaji berharap dengan membangunkan laman web perniagaan di syarikat AMN Creative Centre, pemasaran produk ini dapat meningkatkan keuntungan syarikat.

Syarikat AMN Creative Centre adalah syarikat yang menghasilkan produk kegunaan ramai pengguna. Tambahan pula, Syarikat AMN Creative Centre tidak mempunyai persaingan yang sengit di dalam Kawasan tersebut. Jadi, pengusaha syarikat boleh menarik perhatian pelanggan lebih banyak lagi untuk membeli produk di syarikatnya. Hasil pemerhatian pengkaji selama dua hari, pengkaji mendapati pengusaha dan pekerja di Syarikat AMN Creative Centre sangat prihatin dalam menghasilkan produk. Selain itu, mereka juga lebih mementingkan kualiti produk supaya dapat memberi kepuasan kepada pengguna.

BAB 2

KAJIAN LITERATUR

2.1 PENGENALAN

Pembangunan laman web dalam sesebuah syarikat dapat menjadikan pengajaran dan pembelajaran seseorang lebih mahir menjalankan sesebuah perniagaan. Dunia hari ini tidak akan terlepas dari penggunaan laman web selagi dunia IT masih lagi hidup dan bernyawa. Penggunaan laman web akan memberikan kesan yang positif dalam meningkatkan jualan Syarikat AMN Creative Centre. Di dalam kajian ini, pengkaji akan menerangkan definisi tentang pembangunan, definisi laman web, definisi , dan definisi mempromosikan produk. Penerangan dan pengertian yang diterangkan oleh pengkaji adalah berdasarkan kajian lepas dan bahan-bahan rujukan sebelumnya yang didapati dalam laman rasmi atau buku rujukan yang berkaitan. Pengkaji membuat rujukan pada kajian lepas adalah untuk memperkukuhkan kajian yang telah dikaji.

Selain itu, pembangunan laman web berfungsi untuk mengiklankan dan mempromosikan jualan di Syarikat AMN Creative Centre. Hal ini laman web sememangnya perlu dibangunkan dalam setiap perniagaan bagi pelanggan memudahkan membuat tempahan secara atas talian.

2.2 DEFINISI KAJIAN

2.2.1 Definisi Pembangunan

Definisi pembangunan masih kurang jelas dan sering digunakan dalam penulisan sekarang ini, namun di pandang sebagai kebolehan pembuat keputusan untuk membentuk dan membentuk semula keseluruhan alam sekitar (politik, sosial ekonomi, pentadbiran, pendidikan dan lain-lain) menerusi mobilisasi sumber-sumber kebangsaan dan di pimpin oleh ideologi yang sangat mereka percayai. Walaupun pembangunan mempunyai makna yang berbeza-beza kepada orang yang berlainan, namun satu makna yang diterima umum ialah perubahan. Walaupun bagaimana, menurut perspektif islam, bukanlah untuk di ambil mudah sahaja, sekurang-kurangnya bukan salam semua lapangan pembangunan seperti hukum alam semesta, fizikal dan moral yang tidak berubah sehingga bila-bila umat islam percaya bahawa sesuatu dalam sistem kehidupan secara keseluruhan yang tidak berubah, dan tidak pula tertakluk kepada pemodenan.

2.2.2 Definisi Laman Web

Laman web ialah dokumen berisikan maklumat yang boleh dilawati di Jaringan Sejagat menggunakan pelayar web. Dokumen ini biasanya dihasilkan dalam bentuk HTML atau XHTML, dan biasanya mempunyai pautan-pautan ke laman lain pula.

Menurut buku Teknologi Maklumat dalam Pendidikan, laman web merupakan aplikasi yang menarik dan penting di dalam internet. Laman web ialah dokumen "HTML" pada World Wide Web yang mengandungi hubungan hiperteks dengan dokumen lain pada world wide web. HTML digunakan untuk

membuat reka bentuk laman web dan untuk menghubungkan satu halaman dengan halaman yang lain pada web.

Laman web juga merupakan jaringan sejagat yang terdiri daripada koleksi fail dalam talian yang dipanggil tapak jarring atau homepage. Tapak jarring ini mngandung pautan- pautan ke dokumen dan sumber maklumat yang terdapat di seluruh rangkaian internet.

2.2.3 Definisi Perniagaan

Perniagaan merupakan suatu bidang kerjaya yang menjamin satu pulangan yang lumayan. Bidang ini juga mulia di sisi Islam sekiranya setiap aspek urusan jual beli yang dilakukan berlandaskan hukum dan syariat yang telah ditetapkan. Disamping itu, bidang perniagaan dapat membantu menambah serta meningkatkan pendapatan isi rumah dan memperkembangkan tahap ekonomi sesebuah negara.

Selain itu, perniagaan juga boleh didefinisikan sebagai bentuk organisasi yang sah untuk urusan jual beli antara penjual dan pembeli. Perniagaan juga merupakan sumber ekonomi yang mendatangkan keuntungan oleh sesebuah syarikat. Sebilangan besar perniagaan dimiliki secara persendirian dan ada juga secara perkongsian. Perniagaan biasanya ditubuhkan untuk mendapatkan keuntungan yang akan meningkatkan kekayaan pemilik dan meningkatkan perniagaan itu sendiri. Pemilik dan pengendali perniagaan mempunyai salah satu objektif utama, iaitu penerimaan atau penyelenggaraan pulangan kewangan sebagai pertukaran pekerjaan dan penerimaan risiko. Pengecualian penting termasuk usaha sama dan syarikat milik negara.

2.2.4 Definisi Promosi

Promosi bermaksud proses, kaedah atau cara, untuk memberitahu, menyedarkan, memujuk dan mempengaruhi pengguna untuk membeli sesuatu barangan atau perkhidmatan. Promosi merupakan sejenis bantuan perniagaan. Promosi dijalankan dalam pelbagai cara bergantung kepada kehendak pengeluar atau produk yang dikeluarkan. Promosi merupakan bantuan perniagaan yang sangat penting. Tanpa promosi, orang ramai tidak tahu akan kewujudan sesuatu keluaran dan dengan ini tidak akan berlaku permintaan terhadapnya. Promosi ditakrifkan sebagai proses, kaedah, ataupun cara untuk memberitahu, menyedarkan, memujuk, dan seterusnya mempengaruhi pengguna untuk membeli sesuatu barangan. Biasanya promosi dijalankan dalam pelbagai cara, bergantung pada kehendak pengeluar dan barangan yang hendak dipasarkan. Secara amnya, promosi dijalankan untuk mewujudkan, mengekalkan, dan memperluaskan pasaran bagi sesuatu keluaran.

2.3 SOROTAN KAJIAN LEPAS

2.3.1 Definisi Pembangunan

Dari segi etimologi, menurut Kamus Dewan (1994), pembangunan adalah perihal membangun atau kegiatan pembangunan. Selain itu, pembangunan juga boleh didefinisikan sebagai proses membangun (Kamus Za'ba, 2000). Dalam Bahasa Inggeris, pembangunan adalah development (Kamus Dwibahasa, 2001).

Pembangunan laman perniagaan merupakan elemen yang pertama yang perlu dilaksanakan oleh usahawan khususnya bagi memulakan perniagaan menggunakan medium e-pemasaran. Elemen ini merupakan inisiatif sesuatu perniagaan sebagai langkah pertama untuk memasuki komuniti pengguna

internet. Elemen ini adalah prasyarat utama bagi memastikan pengguna terutamanya usahawan mendaftarkan diri di dalam penggunaan medium e-pemasaran. Terdapat beberapa perkara penting yang perlu dititik beratkan semasa mendaftarkan laman perniagaan seperti maklumat asas syarikat. Maklumat asas ini termasuklah berkenaan nama, logo, alamat dan latar belakang syarikat yang perlu jelas dinyatakan. Ini adalah penting bagi memastikan maklumat perniagaan dapat disampaikan kepada pelanggan khususnya berkenaan perniagaan yang dijalankan. Menurut Colliander (2011) menyatakan bahawa pengguna internet mencari maklumat dan berkomunikasi menggunakan media sosial yang menyediakan sebuah platform komunikasi yang lebih dinamik secara dua hala. Pengguna internet pada masa kini lebih bertindak secara pantas semasa mencari maklumat produk dan perkhidmatan yang ditawarkan. Maklumat yang mudah difahami dan baik berkenaan sesebuah syarikat mampu menarik perhatian yang lebih mesra pengguna internet khususnya untuk mencapai laman bisnes yang dibangunkan.

2.3.2 Definisi Laman Web

Dari segi etimologi, web bermaksud jaringan sesuatu (Kamus Dwibahasa, 2001). Dari segi epistemologinya pula, web merupakan kod atau bahasa pengaturcaraan Hypertext Markup Language (HTML) yang mempunyai fungsifungsi tertentu yang boleh difahami oleh pelayar web (browser) untuk memaparkan dokumen (Mohd Shahizan dan Lizawati, 2010). Laman web pula adalah web page iaitu halaman maklumat pelbagai media yang terdapat pada tapak web (web site) (Glosari Multimedia, 2000).

Usaha bahagian pemasaran dan public relations (PR) untuk mendorong pelanggan laman web melayari (interface) sesebuah syarikat adalah penting di

mana pengguna akan melihat produk dan perkhidmatan yang disenaraikan melalui laman web dan kemudian membuat keputusan pembelian-belah dalam talian. Antarmuka ini akan diperbaiki dengan sistem perdagangan elektronik dan pangkalan data (*database*) maklumat maklumat produk dan perkhidmatan, carian dan juga enjin pencarian, dan beg membeli-belah (*shopping bag*) (Jones & Field, 2000).

Selain itu, memandangkan proses mempromosikan produk cetakan menggunakan Internet sebagai platform perniagaan maka laman web merupakan asas kepada transaksi pemasaran ini. Pembangunan laman web yang baik dan sesuai merupakan perkara penting bagi menentukan kejayaan untuk mempromosikan produk cetakan. Pembangunan laman web yang baik dan sesuai dapat dihasilkan sekiranya kehendak dan kepuasan pelanggan semasa melayari laman web tersebut dititikberatkan. Menurut Gordon (2004), penggunaan laman web perniagaan di United Kingdom meningkat sebanyak 47.4% setahun.

2.3.3 Definisi Perniagaan

Perniagaan merupakan satu kegiatan yang sangat penting dalam sesebuah masyarakat dan banyak memberi kesan kepada kehidupan manusia. Sejak dahulu lagi perkembangan yang berlaku dalam masyarakat telah memperlihatkan kepada kita pelbagai bentuk perniagaan iaitu dari perniagaan yang berbentuk penukaran barangan hinggalah kepada perniagaan antarabangsa. Sabri Husin (2005), mentakrifkan perniagaan sebagai petukaran barang atau perkhidmatan dengan wang atau alat pertukaran lain, bertujuan untuk mendapat keuntungan atau sebarang bentuk faedah. Jaafar Muhammad (1993), pula menyatakan bahawa sebagai manusia yang ingin meneruskan perniagaan, harus menempuh berbagai

cabaran bagi mencapai matlamat dan cita-cita. Penggunaan peluang yang sedia ada merupakan satu perkara yang amat penting dalam perniagaan kerana kebiasaannya memberikan hasil yang lumayan dan seterusnya merupakan tapak untuk mencapai kejayaan dan keuntungan.

2.3.4 Definisi Promosi

Promosi dilihat sebagai satu bentuk komunikasi istimewa yang khusus bersifat pembujukan. Ada juga yang melihatnya sebagai cara untuk memotivasikan pelanggan untuk bertindak balas. Di sini jelas bahawa promosi bertujuan untuk merangsang permintaan terhadap sesuatu produk atau perkhidmatan. Malah bagi Yesil (1997), Internet merupakan medium baharu promosi, terutama periklanan, yang terbaik selepas kehadiran televisyen dan terdapat perbezaan yang besar antara periklanan tradisional dengan Internet. Periklanan tradisional merupakan aktiviti pasif yang membolehkan orang ramai menerima mesej tanpa mencarinya. Namun, Internet adalah segala-galanya kecuali pasif (Yesil 1997: 130). Tiada apa-apa yang berlaku di depan skrin pengunjung sehingga tetikus diklik. Dalam periklanan, Internet mempunyai nilai yang hebat sejak laman web menyediakan peluang untuk menyampaikan maklumat berkenaan produk dan faedah-faedahnya berbanding media lain yang memerlukan pengiklan membayar berdasarkan masa dan ruang. Sesuatu laman web juga boleh dianggap sebagai iklan kerana boleh memenuhi objektif-objektif utama periklanan seperti untuk memaklumkan, membujuk, dan mengingatkan orang ramai tentang sesuatu pesanan atau produk.

2.4 KAITAN TEORI DAN KAJIAN

2.4.1 Pembangunan

Pengertian pembangunan adalah sesuatu yang dibangunkan atau dipasarkan untuk memperkenalkan sesebuah syarikat. Ini mungkin yang paling menarik untuk dibahaskan. Mungkin tidak ada satu disiplin paling banyak mentafsir perkataan pengembangan dengan betul. Hasil pemerhatian pengkaji, Syarikat AMN Creative Centre telah menghasilkan pelbagai produk yang sangat berguna. Akan tetapi, pengkaji dapati terdapat kekurangan cara pengusaha syarikat memasarkan produknya. Hal ini kerana pengkaji bercadang untuk membangunkan laman web supaya Syarikat AMN Creative Centre dapat memasarkan dan menghasilkan produk yang berkualiti.

2.4.2 Laman web

Laman web adalah satu media yang boleh digunakan untuk menyampaikan sesuatu agenda kepada pelanggan. Sebagai contoh, pengkaji bercadang untuk membangunkan satu laman web untuk memasarkan produk di Syarikat AMN Creative Centre. Hal ini akan meningkatkan jualan dan memperkenalkan syarikat yang dikaji oleh pengkaji.

2.4.3 Perniagaan

Perniagaan adalah sesuatu urusan jual beli antara penjual dan pembeli. Syarikat AMN Creative Centre membuat perkhidmatan cetakan kerana syarikat ini terletak dikawasan yang strategik. Pengkaji menyatakan bahawa perniagaan ini boleh terus maju dengan adanya bantuan laman web yang ingin dibangunkan untuk memasarkan produk.

2.4.4 Promosi

Promosi adalah satu perkara yang ingin diwar-warkan dengan memberi harga yang rendah kepada pelanggan. Hal ini dilakukan untuk menarik perhatian pelanggan supaya membeli barangan di syarikat AMN Creative Centre. Tujuan pengkaji membuat kajian ini adalah untuk membantu mempromosikan produk yang dihasilkan dengan lebih meluas.

BAB 3

METODOLOGI KAJIAN

3.1 PENGENALAN

Bagi menyempurnakan kajian ini, pengkaji akan menerangkan beberapa kaedah yang digunakan semasa kajian dijalankan. Hal ini meliputi beberapa proses pengumpulan data dan maklumat bagi mencapai objektif yang telah disenaraikan sebelum ini. Pengolahan dalam bentuk yang ringkas dan mudah difahami untuk menjelaskan tentang data yang diterima. Kaedah metodologi ini sangat membantu pengkaji dalam menyelesaikan masalah di Syarikat AMN Creative Centre.

Pengkaji akan menerangkan metodologi kajian yang dijalankan di bab ini. Kebanyakan pengkaji menganggap kaedah ini adalah perkara yang biasa sahaja. Anggapan mereka itu tidak betul kerana dengan adanya kaedah ini dapat menjawab objektif kajian dan memberi bukti yang kukuh terhadap masalah yang dihadapi oleh syarikat.

3.2 KAEDAH PENGUMPULAN DATA

Kaedah kajian adalah perkara penting bagi menjalankan sesuatu kajian kerana ianya adalah satu proses yang dijalankan untuk mendapat data atau maklumat terhadap sesuatu persoalan. Melalui kajian ini, pengkaji menggunakan kaedah gabungan iaitu kualitatif seperti temubual, tinjauan dan bahan bacaan manakala kuantitatif seperti soal selidik.

3.2.1 Kaedah Kualitatif

i. Temu bual

Kaedah temubual adalah kaedah yang pertama dan penting bagi kajian yang dijalankan. Pengkaji akan menemu bual responden iaitu pengurus dan pekerja syarikat “AMN Creative Centre” bagi mendapatkan data dan maklumat yang lebih terperinci tentang

syarikat tersebut. Dengan memperolehi data dan maklumat yang diberi, pengkaji dapat melaksanakan proses penghasilan kajian dengan baik.

ii. Tinjauan

Kaedah tinjauan adalah kaedah untuk mendapatkan maklumat dalam bentuk pendapat dan persepsi sesuatu populasi daripada responden yang dijadikan sampel. Pengkaji mendapatkan data dari sampel yang dipilih.

iii. Bahan Bacaan

Selain daripada kaedah yang disenaraikan di atas, pengkaji akan mendapatkan maklumat tambahan melalui bahan bacaan di perpustakaan awam atau secara atas talian. Bahan rujukan yang diambil untuk memastikan maklumat adalah tepat selain daripada pendapat daripada kaedah temu bual. Hal ini bertujuan untuk menyokong kajian yang dijalankan.

3.2.2 Kaedah Kuantitatif

i. Kaedah Soal Selidik

Pengkaji telah menyiapkan 10 soalan soal selidik atas talian bertujuan mengumpul data dan analisis pendapat masyarakat tentang produk percetakan yang dihasilkan oleh syarikat AMN Creative Centre. Dalam soal selidik yang disediakan, seramai 5 orang responden perlu menjawab tentang bagaimana penerimaan dan pendapat tentang pembangunan laman web perniagaan untuk mempromosikan produk percetakan yang di cadangkan oleh

pengkaji. Oleh itu, pengkaji mendapatkan maklumat dengan baik bagi memastikan kajian yang dilakukan berkesan dan mendapat sokongan.

3.3 KAEDAH ANALISIS DATA

Proses pengumpulan data dan maklumat telah selesai dikumpul oleh pengkaji melalui kaedah yang diterangkan iaitu kualitatif dan kuantitatif. Proses seterusnya adalah proses analisis data secara sistematik, hal ini adalah bagi menjawab persoalan dan permasalahan yang disenaraikan dalam kajian ini. Maklumat yang dikumpul akan membantu dalam menyokong kajian pembangunan laman web perniagaan untuk mempromosikan produk di syarikat AMN Creative Centre.

3.3.1 Proses Pengumpulan Data

Bagi proses pengumpulan data, ianya dilakukan melalui responden yang telah dipilih untuk ditemu bual. Data akan diproses dan dilampirkan bersama borang soal selidik yang diagihkan melalui Google Form secara atas talian.

3.3.2 Proses Analisis Data

Data dan maklumat yang telah dikumpulkan akan dianalisis mengikut

bahagian i. Jumlah responden mengikut kumpulan

ii. Peratusan yang mengenali produk cetakan syarikat AMN Creative Centre.

iii. Peratusan jawapan setuju untuk membangunkan laman web perniagaan untuk mempromosikan syarikat.

3.4 KESIMPULAN

Dengan bantuan kaji selidik yang telah dirangka, pengkaji memperolehi jumlah peratusan dan keberkesanan dalam mencapai objektif kajian yang dijalankan. Hasil setelah kaji selidik dirangka, pengkaji dapat meneliti persamaan dalam kajian dengan hasil kajian penyelidikan sebelumnya. Selain itu, dengan hasil kajian ini, masyarakat umum akan mendapat beberapa idea dan cadangan tentang pembangunan laman web perniagaan untuk mempromosikan produk di Syarikat AMN Creative Centre.

BAB 4

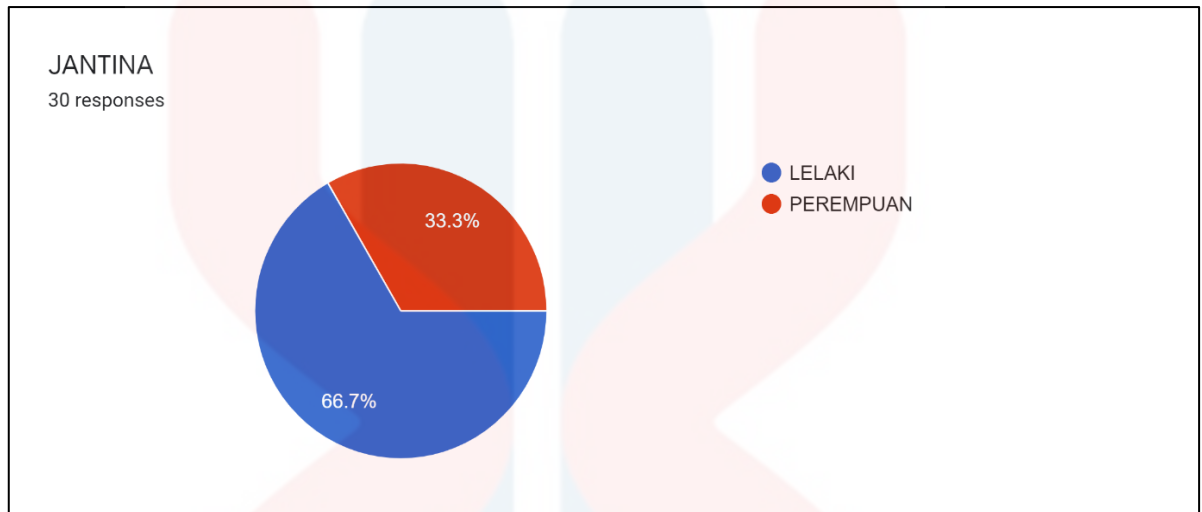
ANALISIS DATA DAN PEMBANGUNAN PROJEK

4.0 PENGENALAN

Dalam bab ini pengkaji akan membincangkan tentang analisis data yang telah dikumpulkan dan diperolehi oleh melalui kaedah kuantitatif, iaitu borang soal kaji selidik. Pengkaji telah membuat sebaran secara maya melalui “Google Form” untuk diisi oleh responden. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan maklumat dan pendapat daripada responden. Selain itu, pengkaji akan membincangkan dengan lebih terperinci mengenai data yang telah diperolehi untuk menjawab setiap masalah dan objektif dalam kajian ini. Selepas itu, pengkaji akan menganalisis data melalui penyebaran borang soal kaji selidik untuk tujuan pengumpulan data daripada responden seperti yang telah dinyatakan dalam bab sebelum ini. Pengkaji hanya menumpukan kepada beberapa bahagian sahaja iaitu soalan mengenai keberkesanan pengguna terhadap laman web jualan dalam syarikat Amn Creative Centre yang telah dibangunkan oleh pengkaji untuk responden melihat dan akan menjawab soalan-soalan mengenai pemerhatian tersebut. Selain itu, soalan mengenai kriteria juga disertakan untuk menjawab persoalan dan objektif kajian. Pengkaji juga membuat pembahagian untuk memudahkan proses menganalisis data.

4.1 ANALISIS DATA DEMOGRAFI

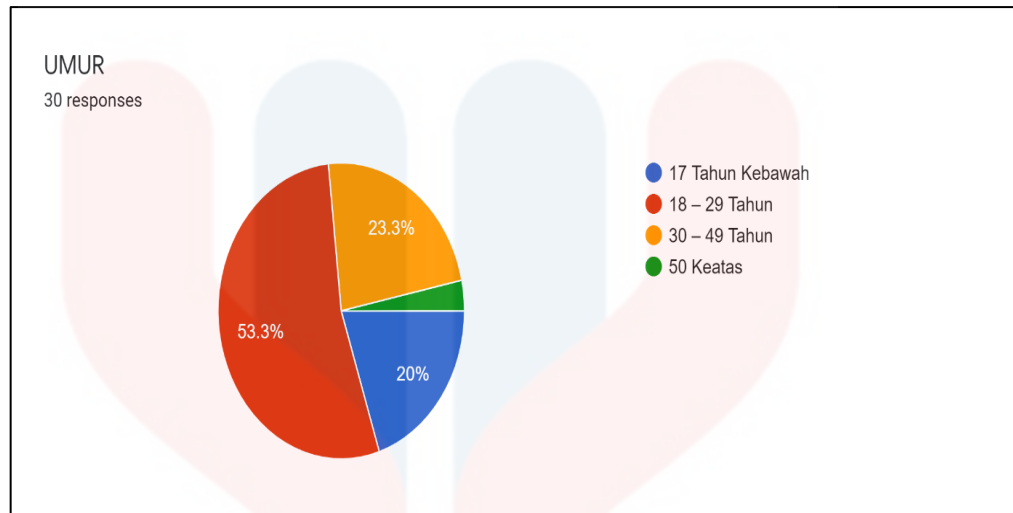
4.1.1 DEMOGRAFI: JANTINA



Rajah 4.1.1: Carta Pai Jantina Responden

Rajah 4.1.1 diatas menunjukkan peratus tertinggi sebanyak 66.7% orang yang mewakili responden lelaki. Manakala 33.3% adalah daripada responden perempuan. Perbezaan jantina ini didapati bahawa kaum lelaki lebih mendominasi daripada kaum perempuan.

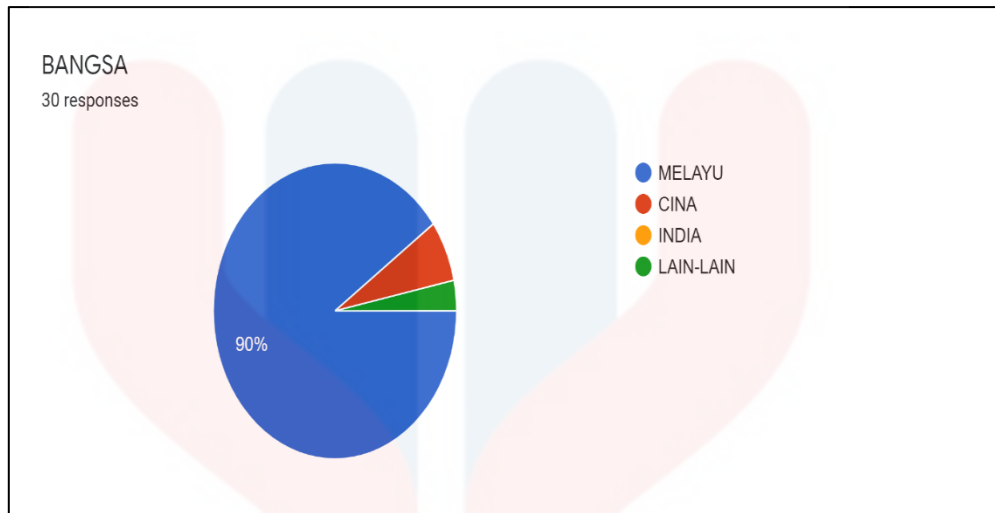
4.1.2 DEMOGRAFI: UMUR



Rajah 4.1.2: Carta Pai Umur Responden

Rajah 4.1.2 menunjukkan bahawa peratus tertinggi sebanyak 53.3% orang responden yang mewakili umur 18 tahun hingga 29 tahun. Manakala peratus 23.3% adalah daripada responden yang berumur 30 tahun hingga 49 tahun. Pada peratus 20% adalah daripada responden berumur 17 tahun dan kebawah. Peratus paling terendah adalah 3.4% yang mewakili responden beumur 50 tahun keatas.

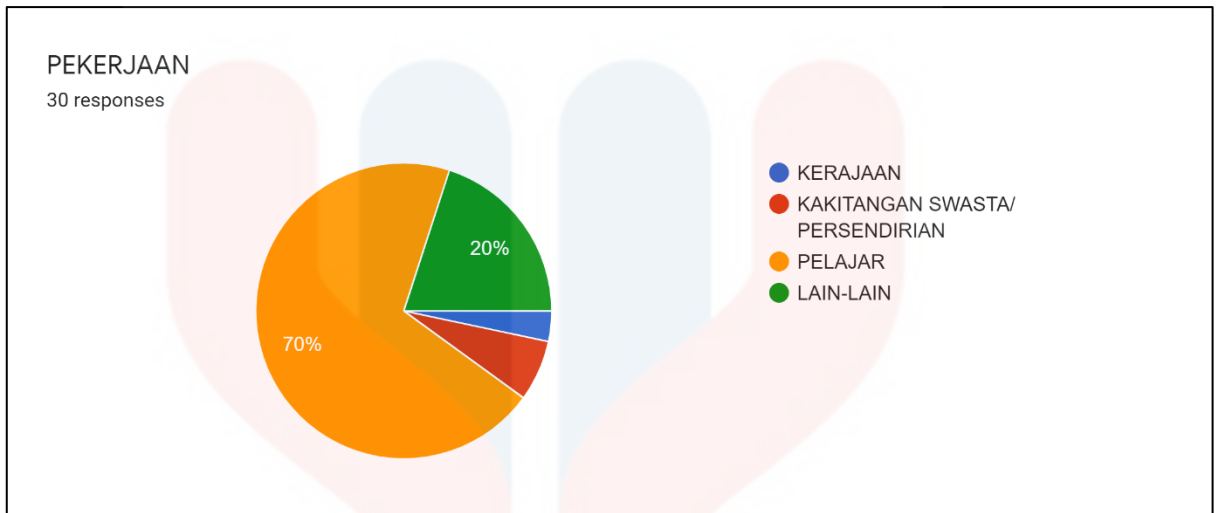
4.1.3 DEMOGRAFI: BANGSA



Rajah 4.1.3: Carta Pai Bangsa Responden

Rajah 4.1.3 menunjukkan peratus paling tinggi iaitu 90% mewakili responden berbangsa Melayu. Manakala 10% mewakili kaum cina dan lain-lain. Hal ini demikian kerana majoriti penduduk disitu berbangsa Melayu.

4.1.4 DEMOGRAFI: PEKERJAAN

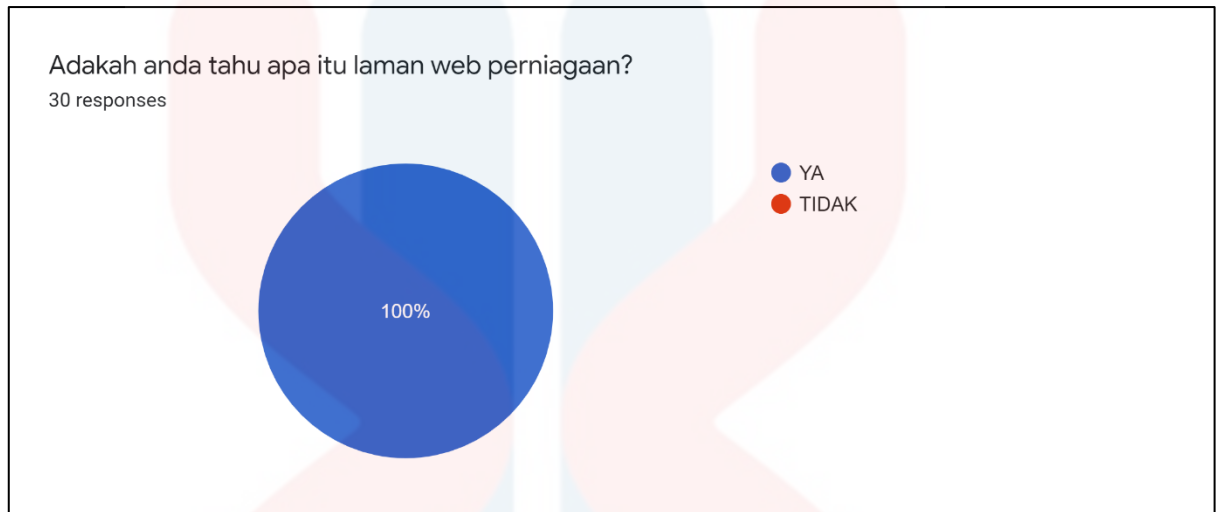


Rajah 4.1.4: Carta Pai Pekerjaan Responden

Rajah 4.1.4 menunjukkan bahawa peratus tertinggi ialah 70% mewakili pelajar. Manakala 20% mewakili responden lain-lain. Peratus responden terendah adalah 10% yang mewakili kaki tangan swasta/persendirian dan kerajaan.

4.2 ANALISIS PENGENALAN KEPADA SUBJEK

4.2.1 PENGETAHUAN TENTANG LAMAN WEB PERNIAGAAN



Rajah 4.2.1: Carta Pai Pengetahuan Tentang Laman Web Perniagaan

Rajah 4.2.1 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 100% responden telah menjawab YA. Hal ini menyebabkan responden tersebut mengetahui apakah itu laman web perniagaan. Selain itu, laman web perniagaan juga sering diiklankan di laman sosial dan menjadikan mereka tertarik dengan pengiklanan laman web. Dengan ini, akan meningkatkan jualan syarikat dengan menggunakan laman web sebagai medium pengiklanan.

4.2.2 PENGGUNAAN LAMAN WEB UNTUK MEMBUAT PEMBELIAN BARANGAN



Rajah 4.2.2: Carta Pai Penggunaan Laman Web Untuk Membuat Pembelian Barangan.

Rajah 4.2.2 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 100% responden telah menjawab YA kerana mereka berpengalaman menggunakan laman web untuk membuat pembelian barangan. Hal ini menyebabkan maklumat yang diterima dapat membantu pengkaji menganalisis data dengan sempurna. Selain itu, dengan membuat pembelian menggunakan laman web dapat menjimatkan masa untuk beratur memilih barangan. Pelanggan hanya menggunakan telefon bimbit sahaja sudah cukup untuk membuat pembelian barangan.

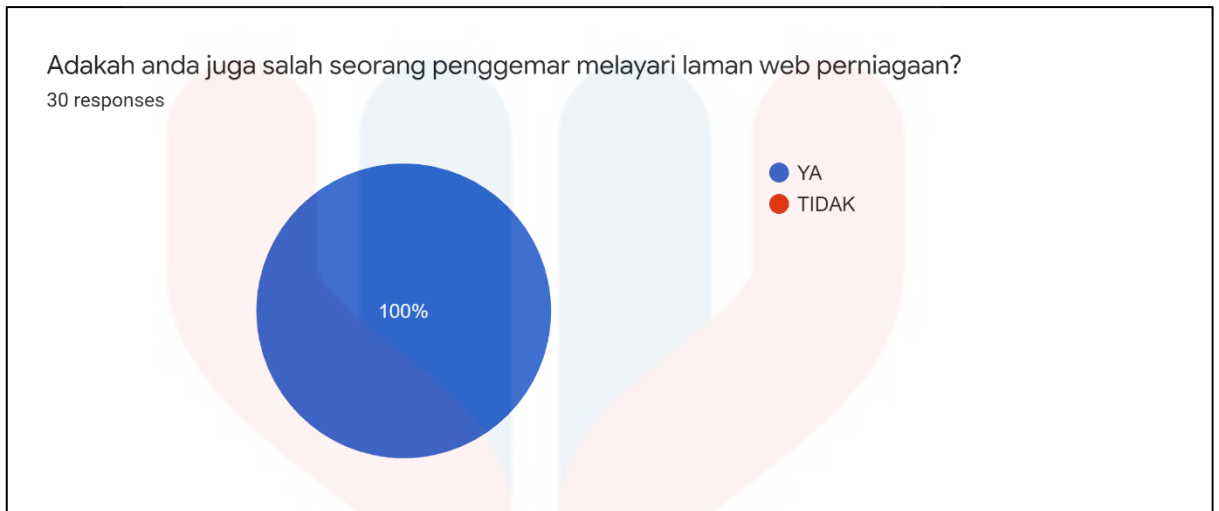
4.2.3 LAMAN WEB MEMUDAHKAN PELANGGAN MEMILIH BARANGAN



Rajah 4.2.3: Carta Pai Laman Web Memudahkan Pelanggan Memilih Barangan

Rajah 4.2.3 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 100% responden telah menjawab YA kerana mereka berpendapat dengan menggunakan laman web ini dapat memudahkan dalam memilih barangan yang hendak dibeli. Selain itu, mereka juga tidak perlu membuang masa untuk beratur di kedai. Hal ini akan meningkatkan keuntungan syarikat dan memperkenalkan syarikat di merata tempat.

4.2.4 GEMAR MELAYARI LAMAN WEB PERNIAGAAN



Rajah 4.2.4: Carta Pai Penggemar Melayari Laman Web Perniagaan

Rajah 4.2.4 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 100% responden telah menjawab YA kerana mereka adalah seorang yang gemar melayari laman web perniagaan. Mereka juga menggunakan kemudahan pada zaman moden ini dengan hanya menggunakan telefon bimbit untuk melayari laman web. Dengan ini, mereka boleh menambah ilmu pengetahuan dan cara berjual beli menggunakan laman web.

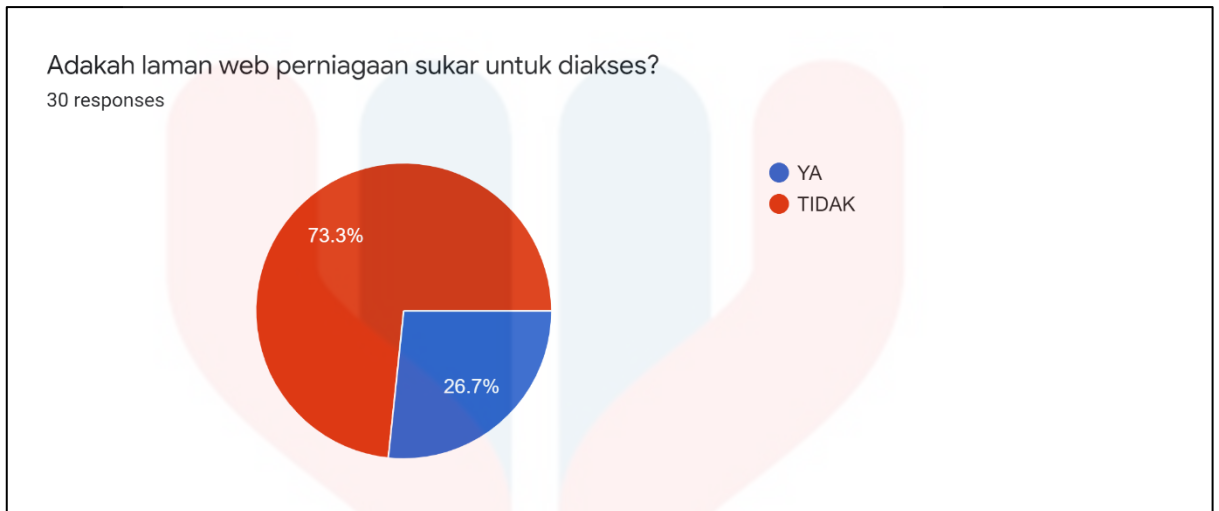
4.2.5 LAMAN WEB PERNIAGAAN DAPAT MEMBANTU PELANGGAN UNTUK MENDAPATKAN MAKLUMAT PRODUK SYARIKAT



Rajah 4.2.5: Carta Pai Laman Web Perniagaan Dapat Membantu Pelanggan Untuk Mendapatkan Maklumat Produk Syarikat.

Rajah 4.2.5 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 100% responden telah menjawab YA kerana penggunaan laman web dapat membantu responden untuk mendapatkan maklumat jualan. Hal ini akan menyebabkan responden menjadi kekerapan dalam penggunaan laman web perniagaan. Selain itu, laman web jualan ini membantu pelanggan untuk mencari barangan yang hendak dibeli. Ini akan meningkatkan jualan syarikat dan mendapat keuntungan yang lumayan.

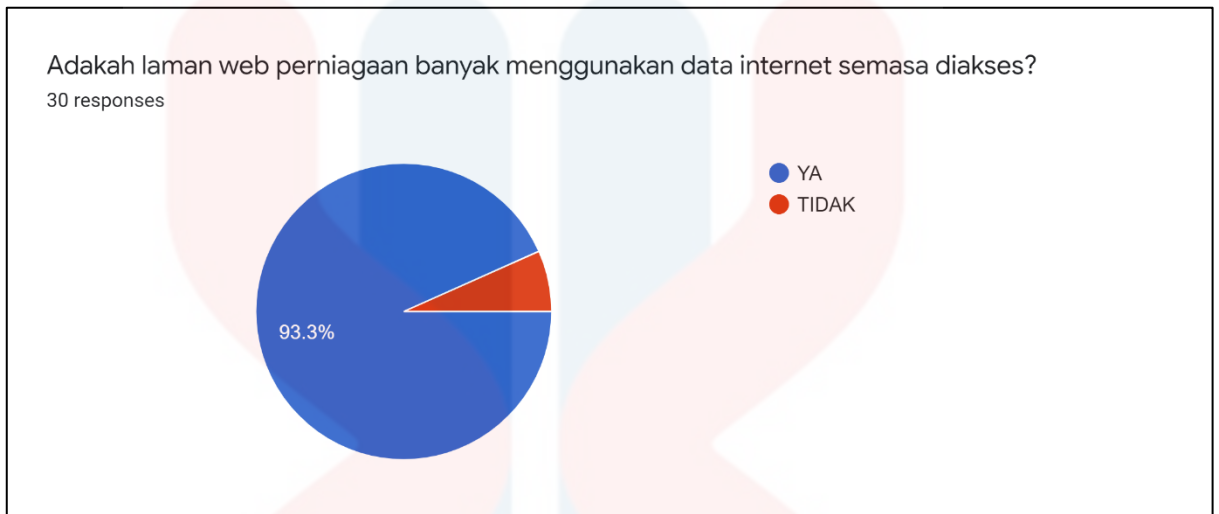
4.2.6 KESUKARAN MENGAKSES LAMAN WEB PERNIAGAAN



Rajah 4.2.6: Carta Pai Kesukaran mengakses laman web perniagaan.

Rajah 4.2.6 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 73.3% responden telah menjawab TIDAK kerana laman web perniagaan ini sangat mudah untuk diakses. Laman web adalah sangat mudah diakses dimana-mana kerana ianya tidak terhad. Manakala peratus 26.7% responden telah menjawab YA kerana berkemungkinan mereka tidak pernah menggunakan laman web perniagaan.

4.2.7 LAMAN WEB PERNIAGAAN BANYAK MENGGUNAKAN DATA INTERNET SEMASA DIAKSES



Rajah 4.2.7: Carta Pai Laman Web Perniagaan Banyak Menggunakan Data Internet Semasa Diakses.

Rajah 4.2.7 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 93.3% responden telah menjawab YA kerana laman web perniagaan perlu menggunakan data internet semasa diakses. Internet adalah sangat penting supaya dapat memudahkan pelanggan untuk membuat pembelian barangan. Manakala peratus 6.7% responden menjawab TIDAK. Hal ini kerana mereka tidak berpengalaman menggunakan laman web perniagaan.

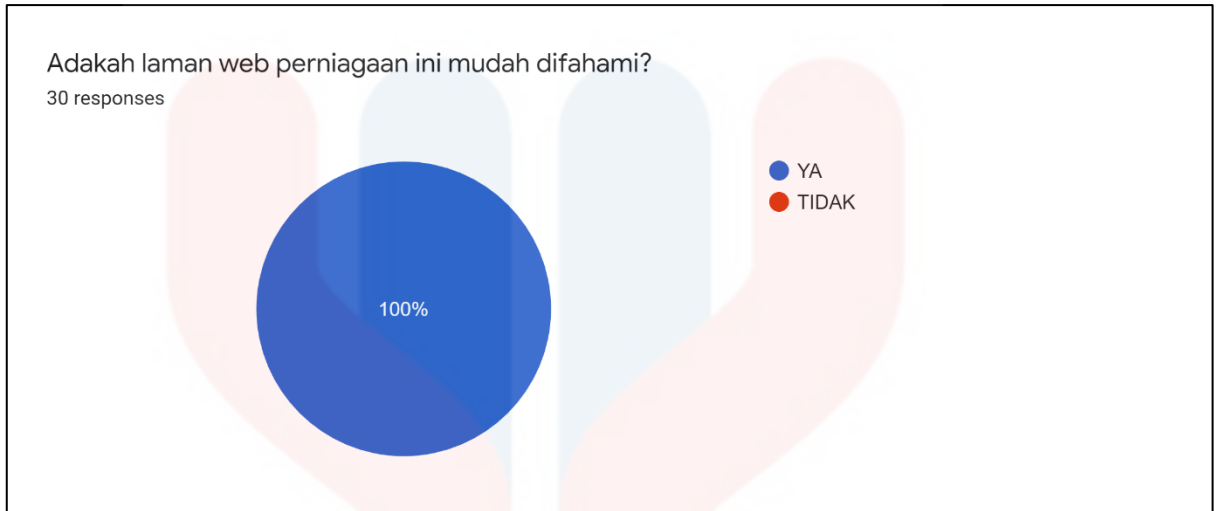
4.2.8 LAMAN WEB PERNIAGAAN INI MAMPU MENGUBAH CARA MEMPROMOSIKAN PRODUK SYARIKAT



Rajah 4.2.8: Carta Pai Laman Web Perniagaan Ini Mampu Mengubah Cara
Mempromosikan Produk Syarikat

Rajah 4.2.8 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 100% responden telah menjawab YA kerana laman web perniagaan ini mampu mengubah cara mempromosikan produk syarikat. Selain itu, laman web perniagaan ini dapat membantu memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh sesetengah syarikat. Hal ini kerana sesetengah syarikat dapat memperkembangkan jualan mereka di merata tempat.

4.2.9 LAMAN WEB PERNIAGAAN INI MUDAH DIFAHAMI



Rajah 4.2.9: Carta Pai Laman Web Perniagaan Ini Mudah Difahami.

Rajah 4.2.9 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 100% responden telah menjawab YA kerana laman web perniagaan ini mempunyai antara muka yang mudah dilihat dan difahami. Hal ini kerana dapat membantu memperkembangkan jualan syarikat dimerata tempat.

4.2.10 REKA BENTUK YANG CERIA DAN MENARIK PERHATIAN PELANGGAN

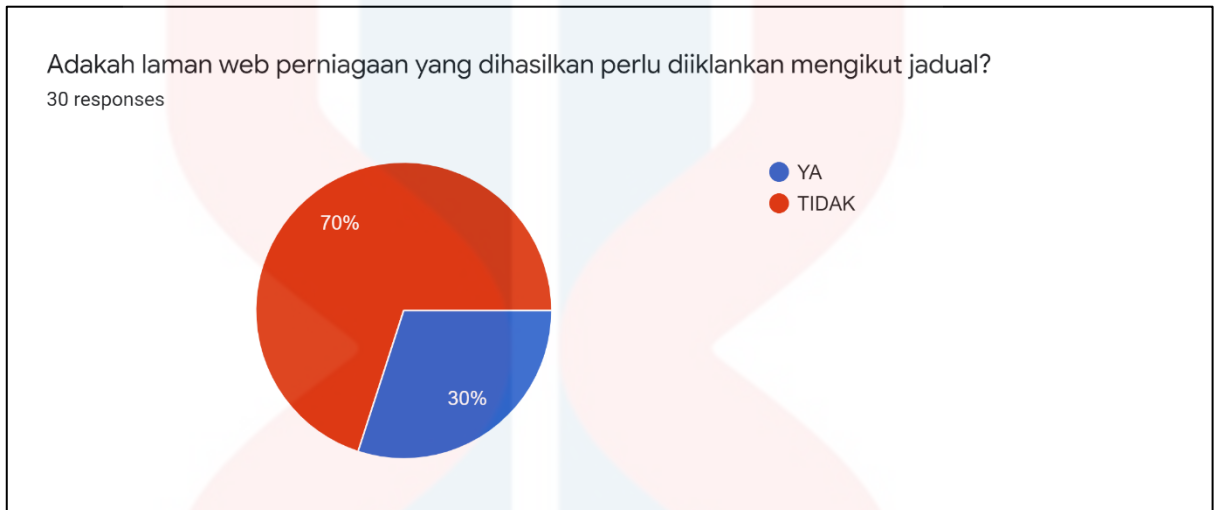


Rajah 4.2.10: Carta Pai Reka Bentuk Yang Ceria Dan Menarik Perhatian Pelanggan.

Rajah 4.2.10 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 100% responden telah menjawab YA kerana reka bentuk laman web perniagaan yang ceria dapat menarik perhatian pelanggan. Hal ini kerana pelanggan tertarik dengan sesuatu yang mudah difahami.

4.3 ANALISIS OBJEKTIF KAJIAN

4.3.1 LAMAN WEB PERNIAGAAN YANG DIHASILKAN PERLU DIIKLANKAN MENGIKUT JADUAL.



Rajah 4.3.1: Carta Pai Laman Web Perniagaan Yang Dihasilkan Perlu Diiklankan Mengikut Jadual.

Rajah 4.3.1 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 70% responden telah menjawab TIDAK kerana laman web yang dihasilkan boleh diiklankan pada bila-bila masa tanpa mengikut jadual. Manakala peratus 30% responden telah menjawab YA kerana mereka merasakan laman web perniagaan perlu diiklankan mengikut jadual.

4.3.2 LAMAN WEB PERNIAGAAN PERLU MENARIK MINAT PELANGGAN



Rajah 4.3.2: Carta Pai Laman Web Perniagaan Perlu Menarik Minat Pelanggan.

Rajah 4.3.2 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 100% responden telah menjawab YA kerana laman web yang dihasilkan perlu menarik minat pelanggan. Hal ini menyebabkan tarikan itu adalah penting supaya mereka dapat menggunakan laman web perniagaan tersebut. diiklankan mengikut jadual.

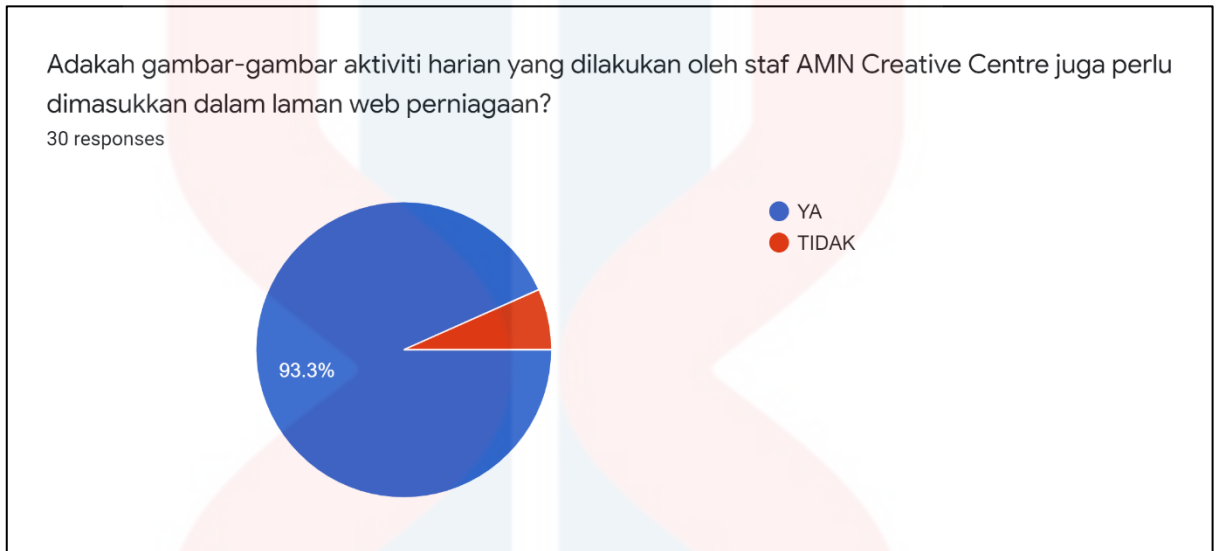
4.3.3 SYARIKAT AMN CREATIVE CENTRE MEMBUAT PROMOSI JUALAN PADA BULAN TERTENTU.



Rajah 4.3.3: Carta Pai Syarikat AMN Creative Centre Membuat Promosi Jualan Pada Bulan Tertentu.

Rajah 4.3.3 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 100% responden telah menjawab YA kerana promosi jualan mestilah dibuat pada bulan tertentu. Jika promosi jualan dibuat pada setiap hari ini akan menyebabkan menjatuhkan keuntungan syarikat.

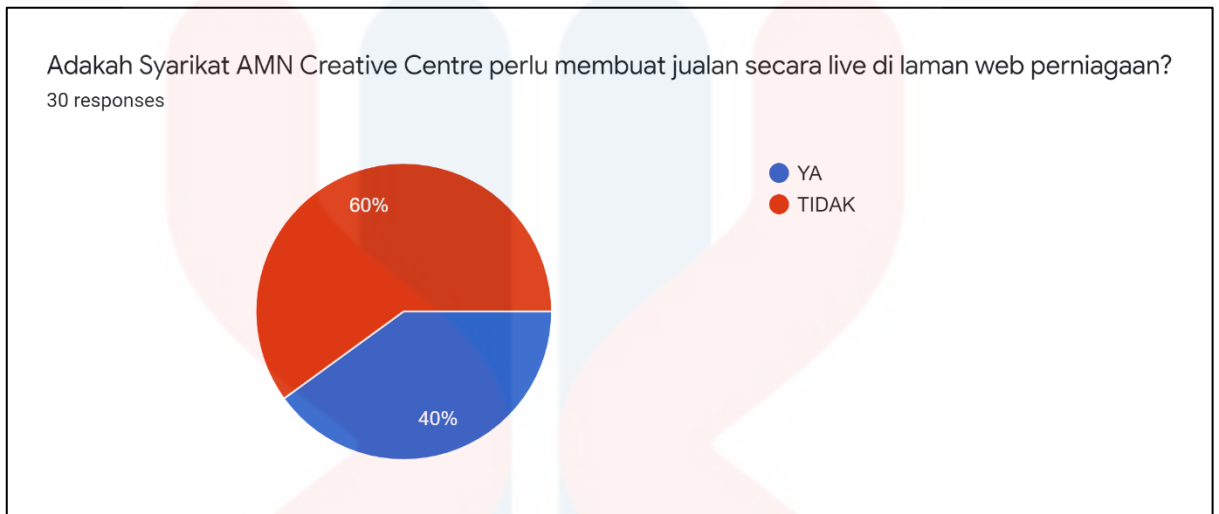
4.3.4 GAMBAR-GAMBAR AKTIVITI HARIAN YANG DILAKUKAN OLEH STAF AMN CREATIVE CENTRE JUGA PERLU DIMASUKKAN DALAM LAMAN WEB PERNIAGAAN



Rajah 4.3.4: Carta Pai Gambar-Gambar Aktiviti Harian Yang Dilakukan Oleh Staf AMN Creative Centre Juga Perlu Dimasukkan Dalam Laman Web Perniagaan.

Rajah 4.3.4 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 93.3% responden telah menjawab YA kerana gambar-gambar aktiviti harian oleh staf adalah sebagai bahan bukti yang menunjukkan syarikat tersebut menghasilkan produknya dengan tersendiri. Manakala peratus 6.7% responden telah menjawab TIDAK kerana berkemungkinan mereka tidak minat menggunakan laman web perniagaan.

4.3.5 SYARIKAT AMN CREATIVE CENTRE PERLU MEMBUAT JUALAN SECARA LIVE DI LAMAN WEB PERNIAGAAN.



Rajah 4.3.5: Carta Pai Syarikat AMN Creative Centre Perlu Membuat Jualan Secara Live Di Laman Web Perniagaan.

Rajah 4.3.5 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 60% responden telah menjawab TIDAK kerana produk yang dihasilkan oleh AMN Creative Centre tidak sesuai dijual secara live. Hal ini kerana produk yang dihasilkan kebiasaannya perlu ditempah dahulu. Manakala peratus 40% responden telah menjawab YA kerana mereka bercadang untuk syarikat AMN Creative Centre menjual secara live.

4.3.6 SYARIKAT AMN CREATIVE CENTRE TIDAK MEMPUNYAI LAMAN WEB.

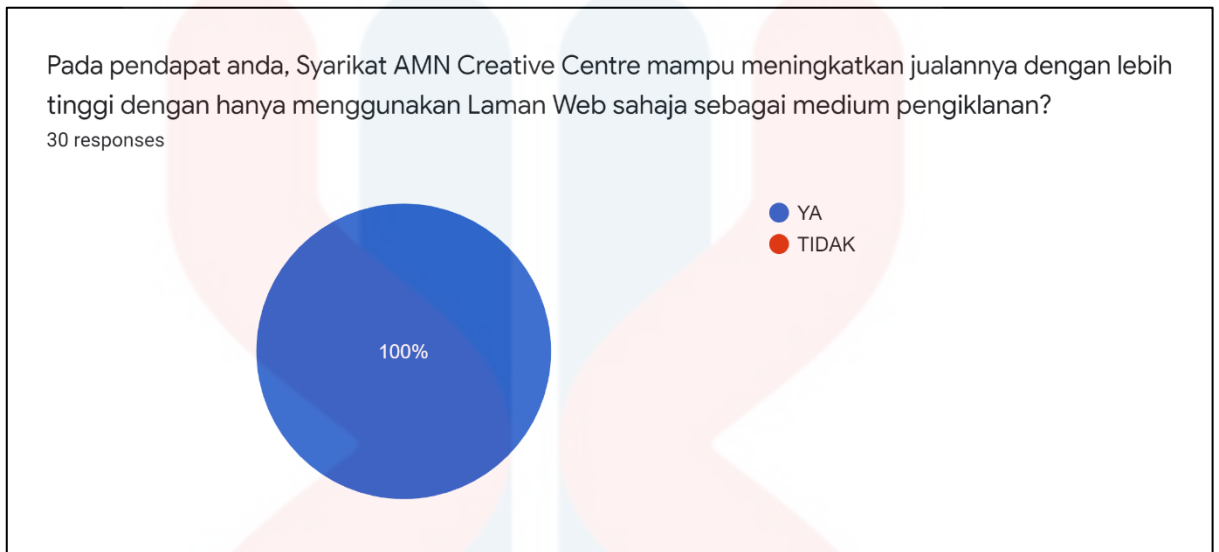


Rajah 4.3.6: Carta Pai Syarikat AMN Creative Centre Tidak Mempunyai Laman Web.

Rajah 4.3.6 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 70% responden telah menjawab TIDAK kerana mereka mengetahui syarikat AMN Creative Centre tidak mempunyai laman web perniagaan. Hal ini demikian kerana pengkaji bercadang untuk membangunkan satu laman web yang boleh dijadikan sebagai medium pengiklanan khusus dalam syarikat tersebut. Oleh itu, syarikat ini boleh menambah keuntungan dengan lebih banyak dengan mempromosikan produknya ke dalam laman web perniagaan. Manakala peratus 30% responden telah menjawab YA.

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

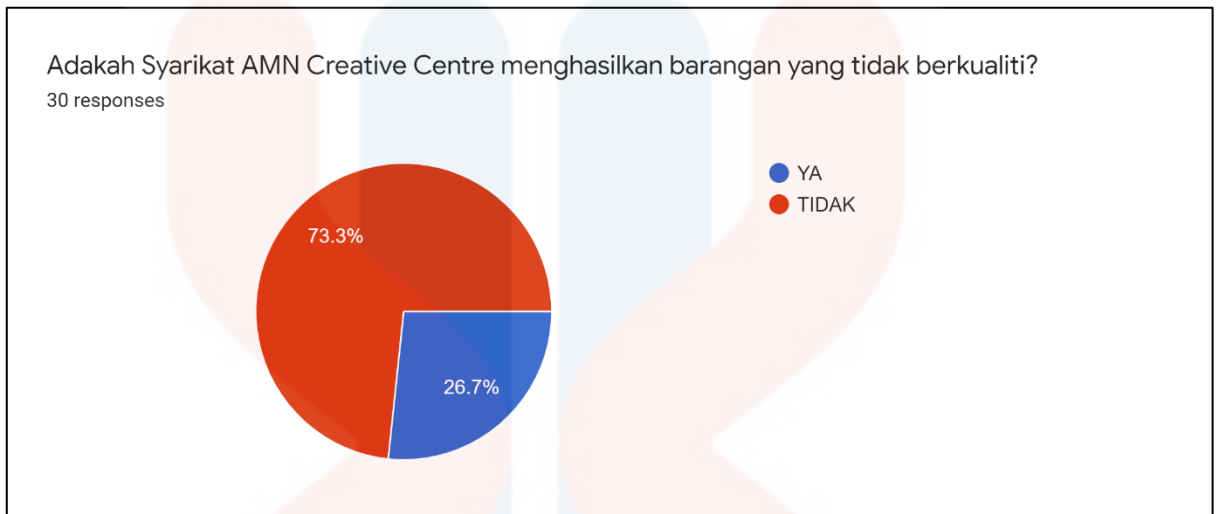
4.3.7 PENGGUNAAN LAMAN WEB SAHAJA SEBAGAI MEDIUM PENGIKLANAN



Rajah 4.3.7: Carta Pai Syarikat AMN Creative Centre Mampu Meningkatkan Jualan dengan Lebih Tinggi Dengan Hanya Menggunakan Laman Web Sahaja Sebagai Medium Pengiklanan.

Rajah 4.3.7 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 100% responden telah menjawab YA kerana mereka sangat bersetuju untuk menggunakan laman web perniagaan sebagai medium pengiklanan untuk meningkatkan jualan syarikat AMN Creative Centre. Selain itu, dapat memperkenalkan produk yang dihasilkan oleh syarikat AMNCC.

4.3.8 SYARIKAT AMN CREATIVE CENTRE MENGHASILKAN BARANGAN YANG TIDAK BERKUALITI.



Rajah 4.3.8: Carta Pai Syarikat AMN Creative Centre Menghasilkan Barangan Yang Tidak Berkualiti.

Rajah 4.3.8 menunjukkan bahawa peatus tertinggi adalah 73.3% responden telah menjawab TIDAK kerana mereka pernah berurusan dengan syarikat Amn Creative Centre dan mendapat hasil yang sangat berkualiti. Mereka juga terus menyokong jualan yang dihasilkan oleh syarikat tersebut. Manakala 26.7% responden telah menjawab YA kerana berkemungkinan mereka mendapat produk yang kurang memuaskan.

4.3.9 SYARIKAT AMN CREATIVE CENTRE MEMBERIKAN PERKHIDMATAN JUALBELI YANG TERBAIK



Rajah 4.3.9: Carta Pai Syarikat AMN Creative Centre Memberikan Perkhidmatan Jualbeli Yang Terbaik.

Rajah 4.3.9 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 100% responden telah menjawab YA kerana syarikat AMN Creative Centre sering memberikan khidmat jualbeli yang terbaik dan memberi layanan yang sangat lembut.

4.4 PEMBANGUNAN PROJEK DAN CADANGAN

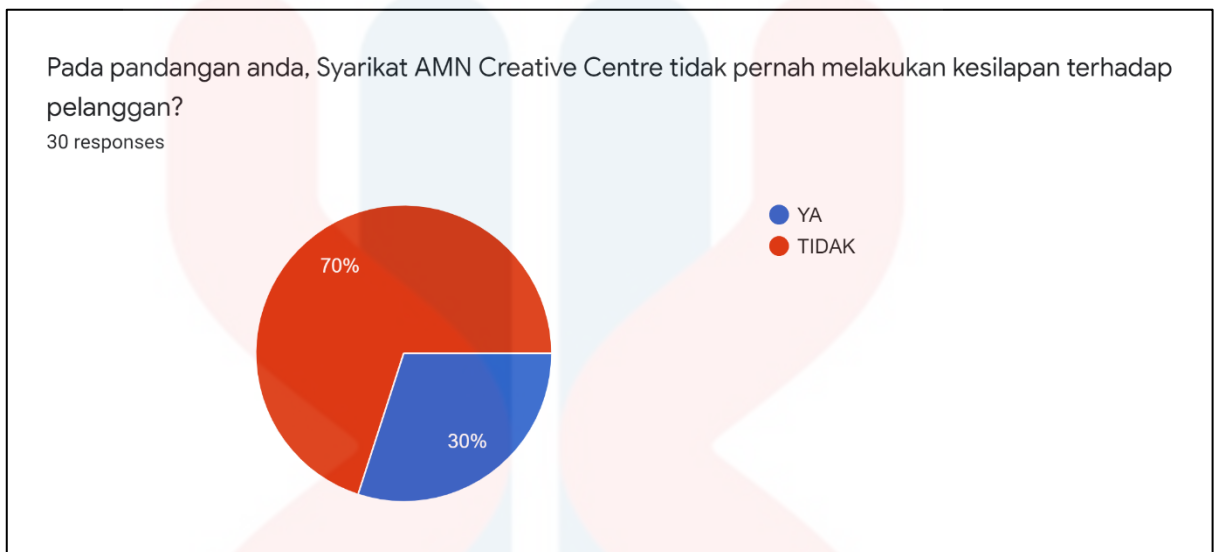
4.4.1 LAMAN WEB PERNIAGAAN DAPAT MENAMBAH KEUNTUNGAN JUALAN DALAM SYARIKAT AMN CREATIVE CENTRE.



Rajah 4.4.1: Carta Pai Laman Web Perniagaan Dapat Menambah Keuntungan Jualan Dalam Syarikat Amn Creative Centre.

Rajah 4.4.1 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 100% responden telah menjawab YA kerana dengan penggunaan laman web perniagaan syarikat AMN Creative Centre boleh menambah keuntungan syarikat dengan banyak. Selain itu, dapat menaikkan nama syarikat dengan lebih terkenal.

4.4.2 SYARIKAT AMN CREATIVE CENTRE TIDAK PERNAH MELAKUKAN KESILAPAN TERHADAP PELANGGAN.



Rajah 4.4.2: Carta Pai Syarikat Amn Creative Centre tidak pernah melakukan kesilapan terhadap pelanggan.

Rajah 4.4.2 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 70% responden telah menjawab TIDAK kerana Syarikat Amn Creative Centre adalah syarikat yang selalu memberi layanan yang baik dan menghasilkan barang yang berkualiti. Jadi, tidak mustahil syarikat ini tidak pernah melakukan kesilapan dalam menghasilkan sesuatu produk. Sudah semestinya ia pernah melakukan kesilapan tetapi syarikat tersebut sudah membaiki dengan sempurna. Manakala peratus 30% responden menyatakan YA kerana mereka menganggap Syarikat ini adalah yang terbaik.

4.4.3 SYARIKAT AMN CREATIVE CENTRE MENDAPAT BEKALAN YANG BERKUALITI



Rajah 4.4.3: Carta Pai Syarikat Amn Creative Centre Mendapat Bekalan Yang Berkualiti

Rajah 4.4.3 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 100% responden telah menjawab YA kerana Syarikat Amn Creative Centre menghasilkan produk yang sangat berkualiti setanding dengan harga yang ditawarkan. Walaupun pelanggan meminta yang melebihi kuota ia masih dalam lingkungan harga yang sama.

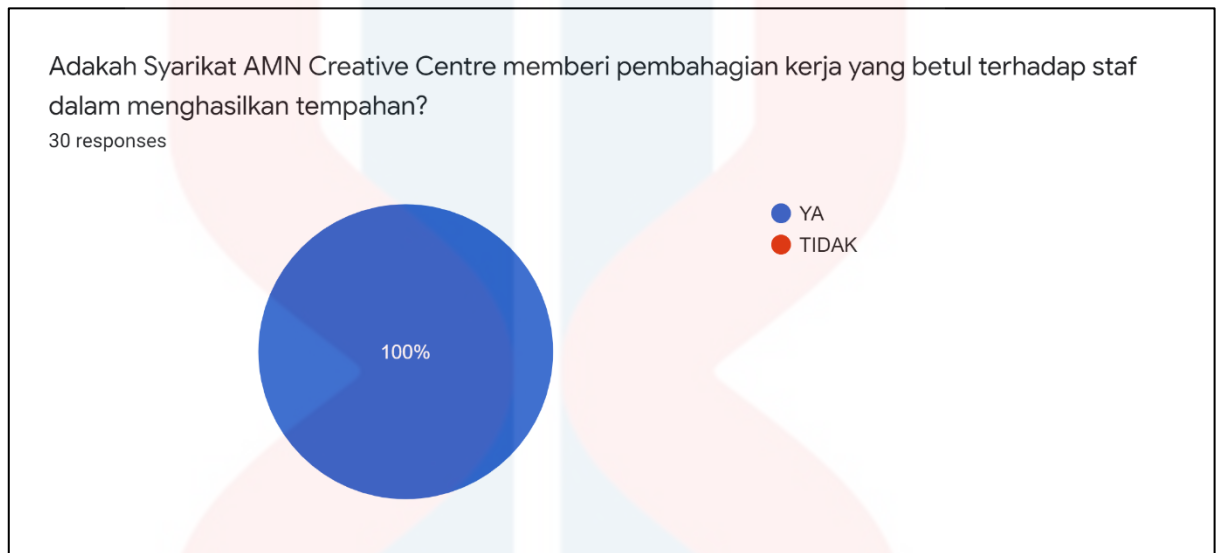
4.4.4 PEMBANGUNAN LAMAN WEB INI BOLEH MEMBERIKAN KESERONOKKAN KEPADA STAF AMN CREATIVE CENTRE



Rajah 4.4.4: Carta Pai Pembangunan Laman Web Ini Boleh Memberikan
Keseronokkan Kepada Staf Amn Creative Centre

Rajah 4.4.4 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 100% responden telah menjawab YA kerana dengan pembangunan laman web perniagaan dapat memudahkan staf untuk memberi lebih layanan yang baik kepada pelanggan. Hal ini akan menyebabkan staf akan lebih bekerja dengan bertanggungjawab.

4.4.5 SYARIKAT AMN CREATIVE CENTRE MEMBUAT PEMBAHAGIAN KERJA YANG BETUL DALAM MENGHASILKAN TEMPAHAN.



Rajah 4.4.5: Carta Pai Syarikat Amn Creative Centre Membuat Pembahagian Kerja Yang Betul Dalam Menghasilkan Tempahan.

Rajah 4.4.5 menunjukkan bahawa peratus tertinggi iaitu 100% responden telah menjawab YA kerana Syarikat Amn Creative Centre telah membuat pengagihan kerja yang bagus dan teratur.

4.5 PEMBANGUNAN LAMAN WEB

Di dalam proses pembangunan laman web terdapat beberapa proses rekabentuk yang perlu dipertekankan sebelum membangunkan sesebuah laman web. Antara proses rekabentuk yang terlibat adalah rekabentuk informasi, rekabentuk interaksi, dan rekabentuk antaramuka.

4.5.1 REKABENTUK INFORMASI

Di dalam proses rekabentuk informasi ini perlu dilakukan untuk membangunkan sebuah laman web adalah yang pertama proses merancang dan mengatur isi kandungan dengan maklumat yang ingin disampaikan. Seterusnya ialah memastikan strategi penyampaian maklumat dapat disampaikan kepada pengguna dengan betul.

4.5.2 REKABENTUK INTERAKSI

Rekabentuk interaksi adalah dimana proses menentukan bagaimana laman web berfungsi dan beroperasi. Selain itu, perjalanan laman web juga pengkaji akan lakarkan. Seterusnya, jenis-jenis interaksi dalam membangunkan sebuah laman web ialah sistem navigasi serta penetapan elemen kawalan yang lain bagi laman web akan ditetapkan. Oleh hal yang demikian, pengkaji mencari idea dengan melihat iklan-iklan yang sedia ada di pasaran. Tambahan lagi dengan hasil analisis borang soal selidik yang telah dianalisis.

4.6 REKABENTUK ANTARAMUKA LAMAN WEB

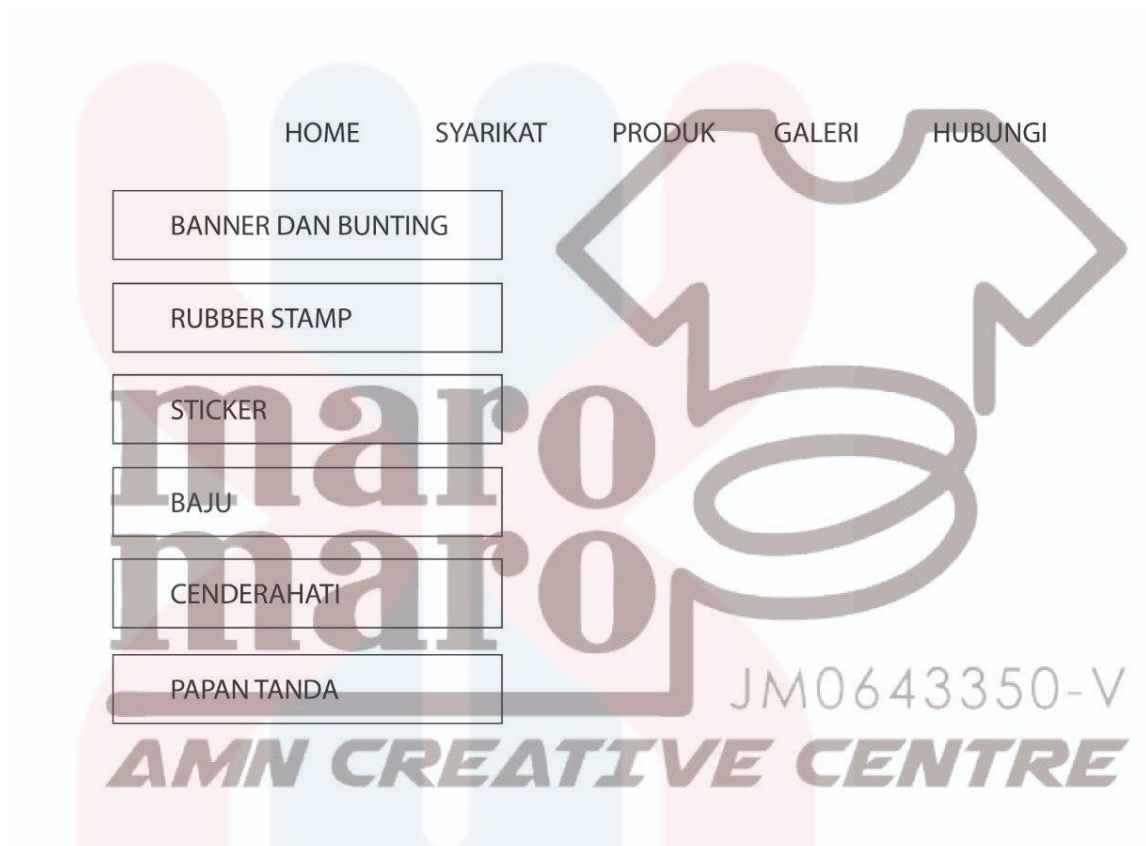
Rajah 4.6.1 Rekabentuk antaramuka halaman pertama



Rajah 4.6.2 Rekabentuk antaramuka latar belakang syarikat



Rajah 4.6.3 Rekabentuk antaramuka jenis produk



Rajah 4.6.4 Rekabentuk antaramuka produk

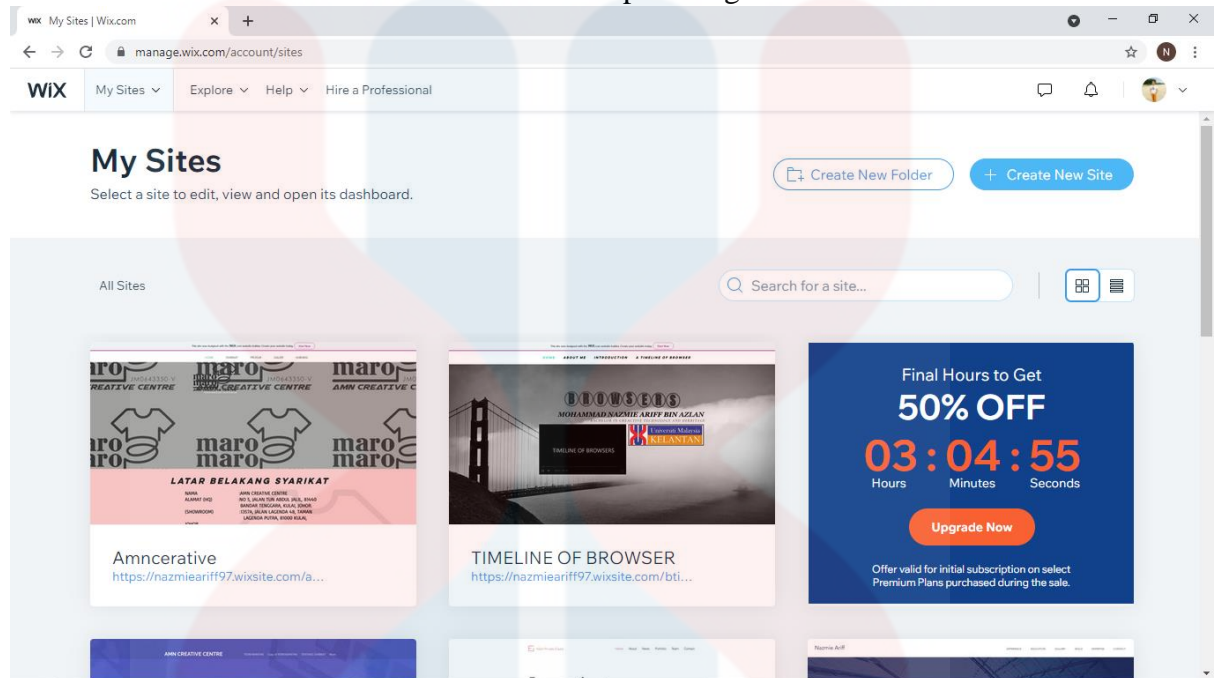


Rajah 4.6.5 Rekabentuk antaramuka pertanyaan

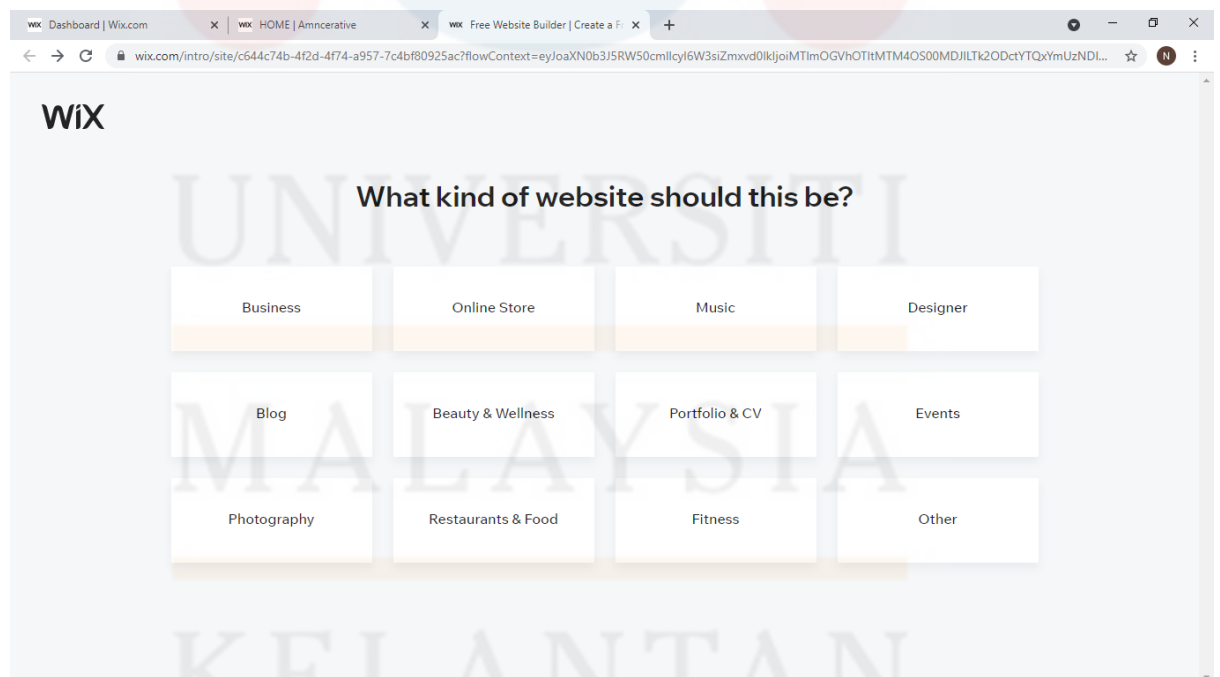


4.7 PROSES PEMBANGUNAN LAMAN WEB

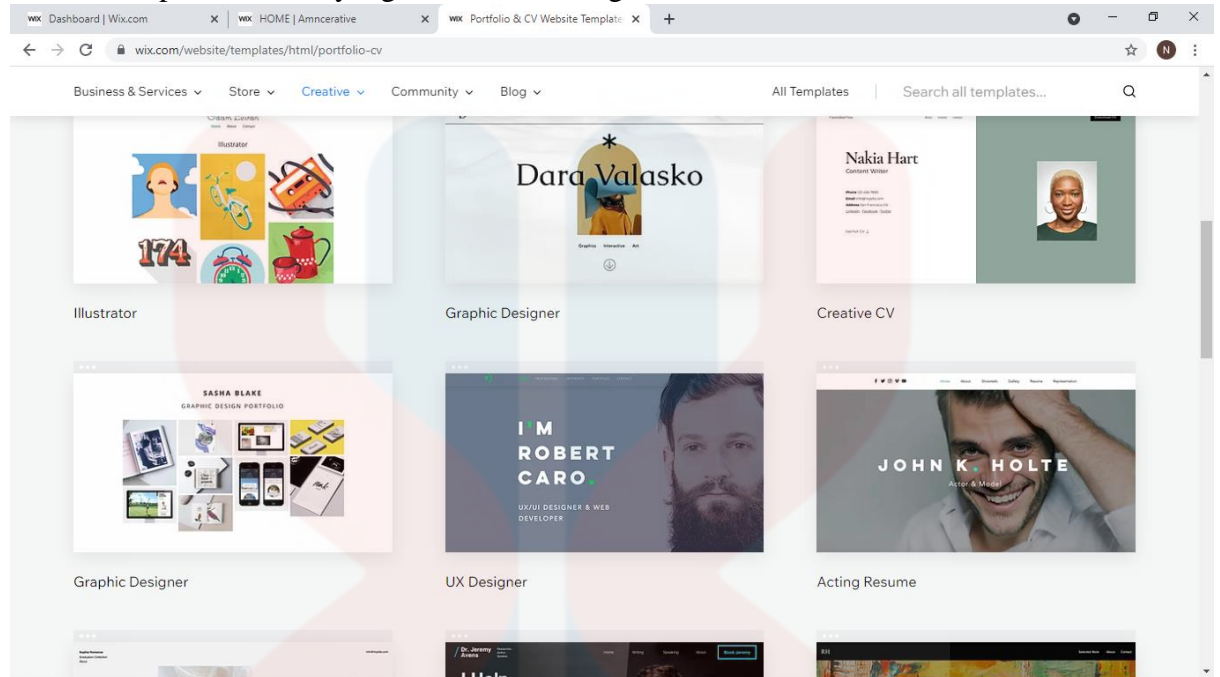
1. Buka laman web wix.com untuk memulakan pembangunan website.



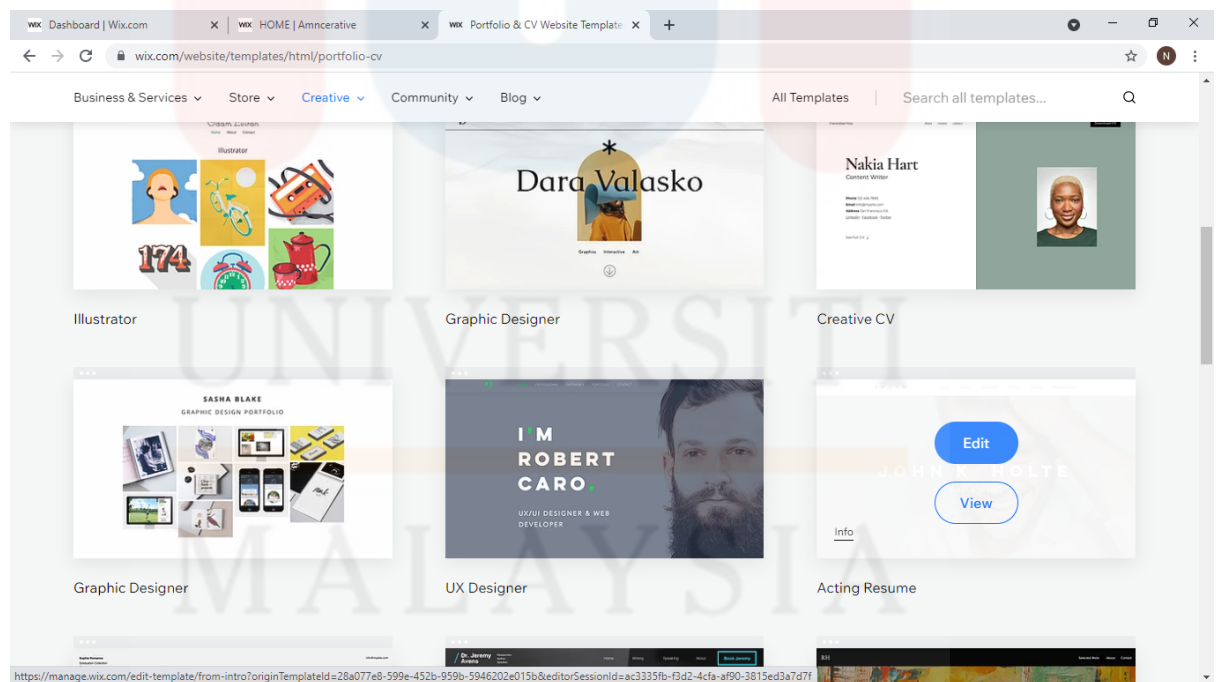
2. ini adalah antaramuka wix.com untuk memilih kategori sebelum pembangunan laman web.



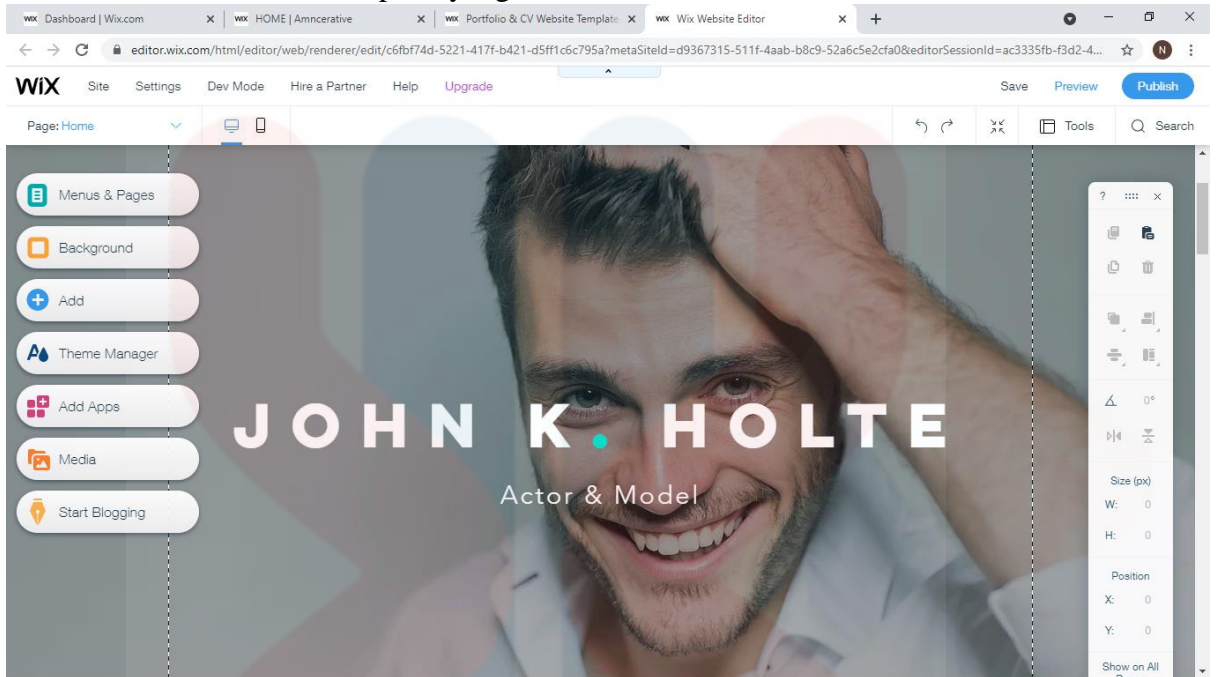
3. Pilih template website yang bersesuaian dengan laman web kita.



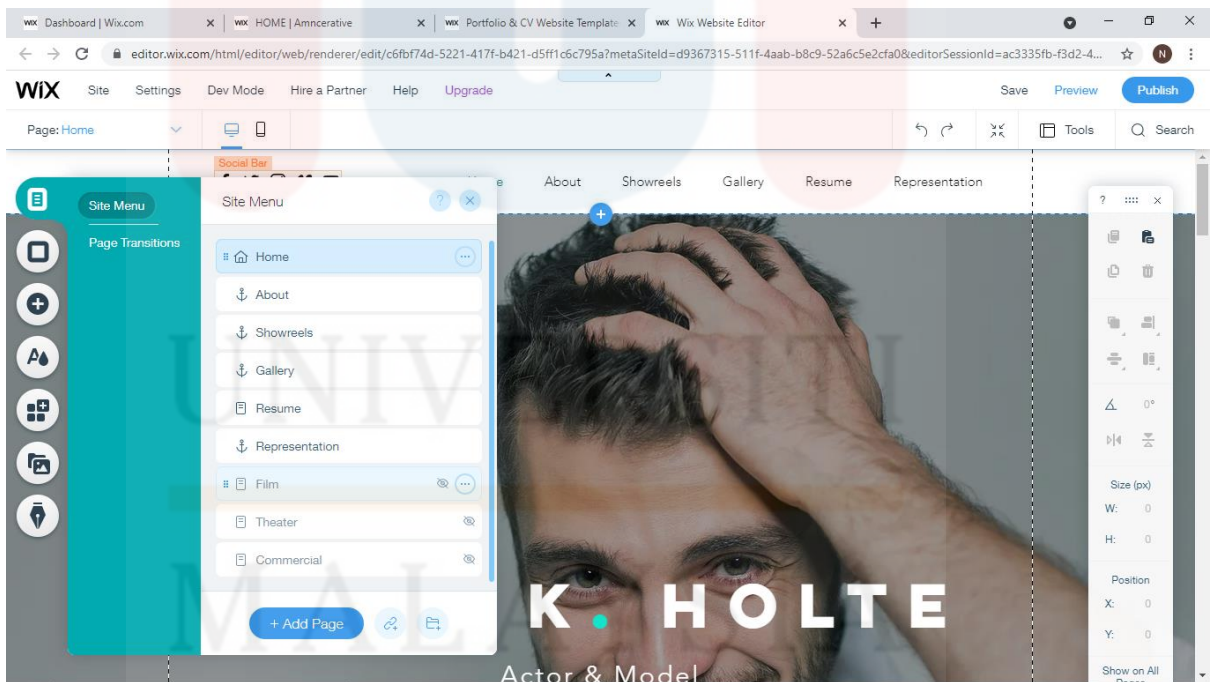
4. Setelah berkenan dengan template tersebut, klik edit untuk meneruskan pengubahan laman web.



5. Ini adalah antarmuka template yang hendak diubahsui.

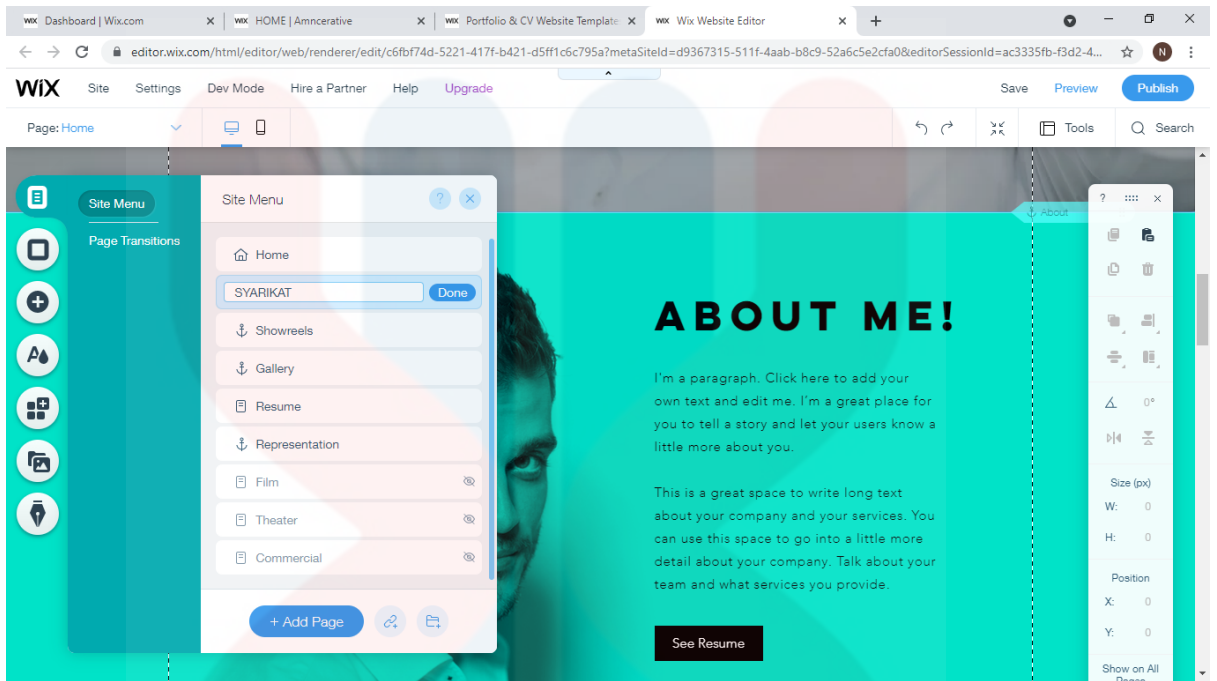


6. Untuk menukar teks pada pilihan, klik pada site menu.

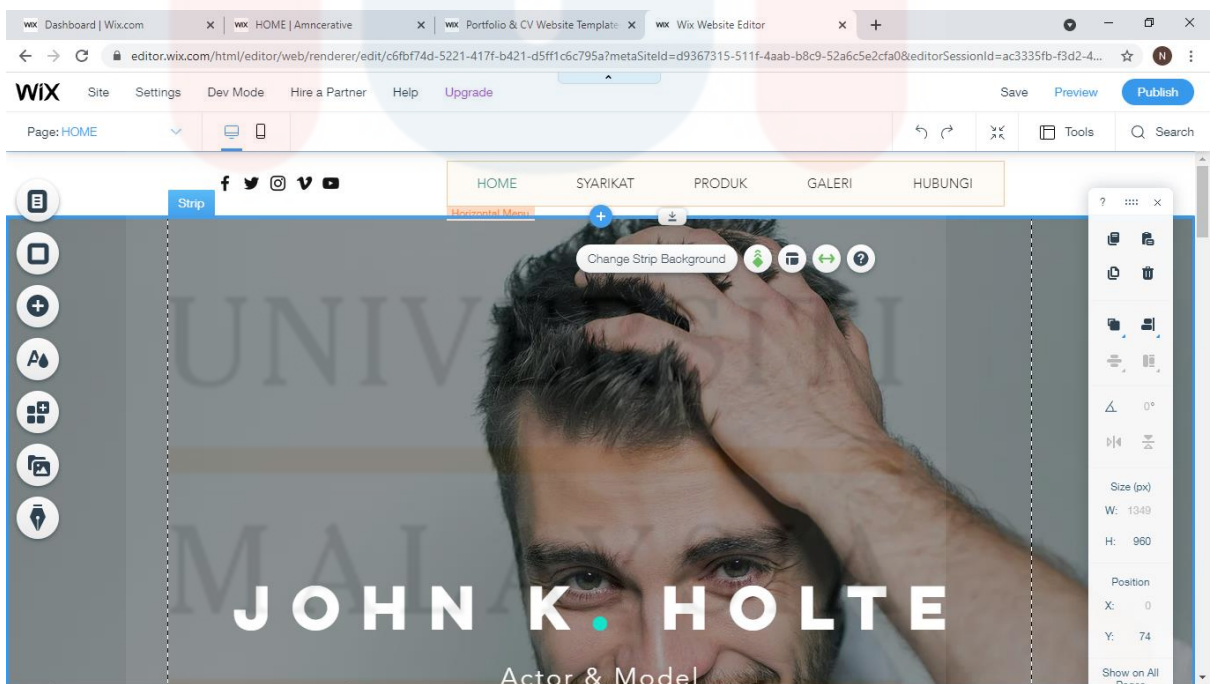


KELANTAN

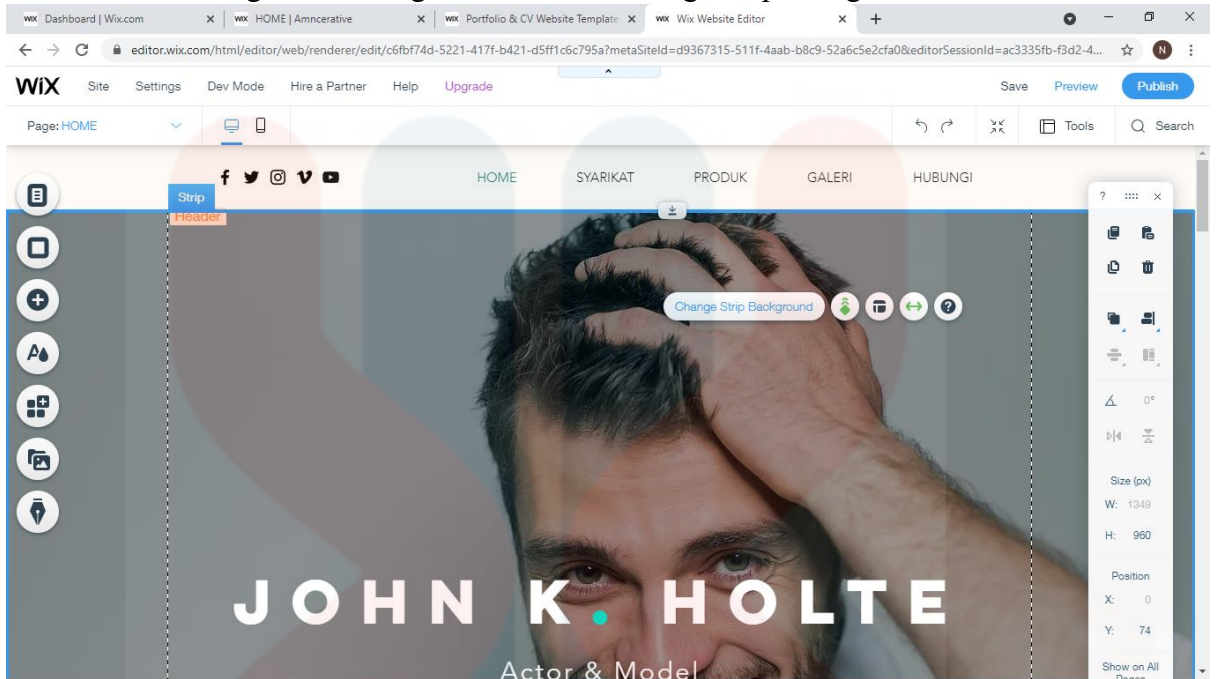
7. Double klik pada nama asal template, dan tukar nama tersebut mengikut lakaran website.



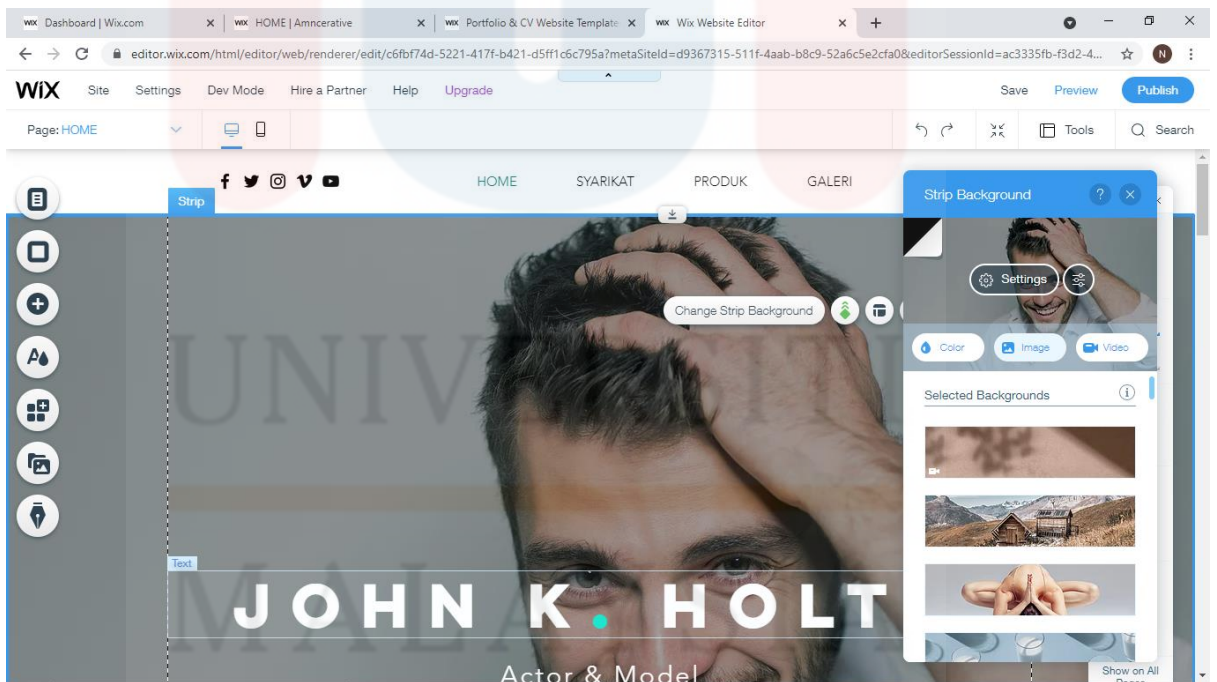
8. Nama pilihan di atas sudah ditukar mengikut kehendaknya.



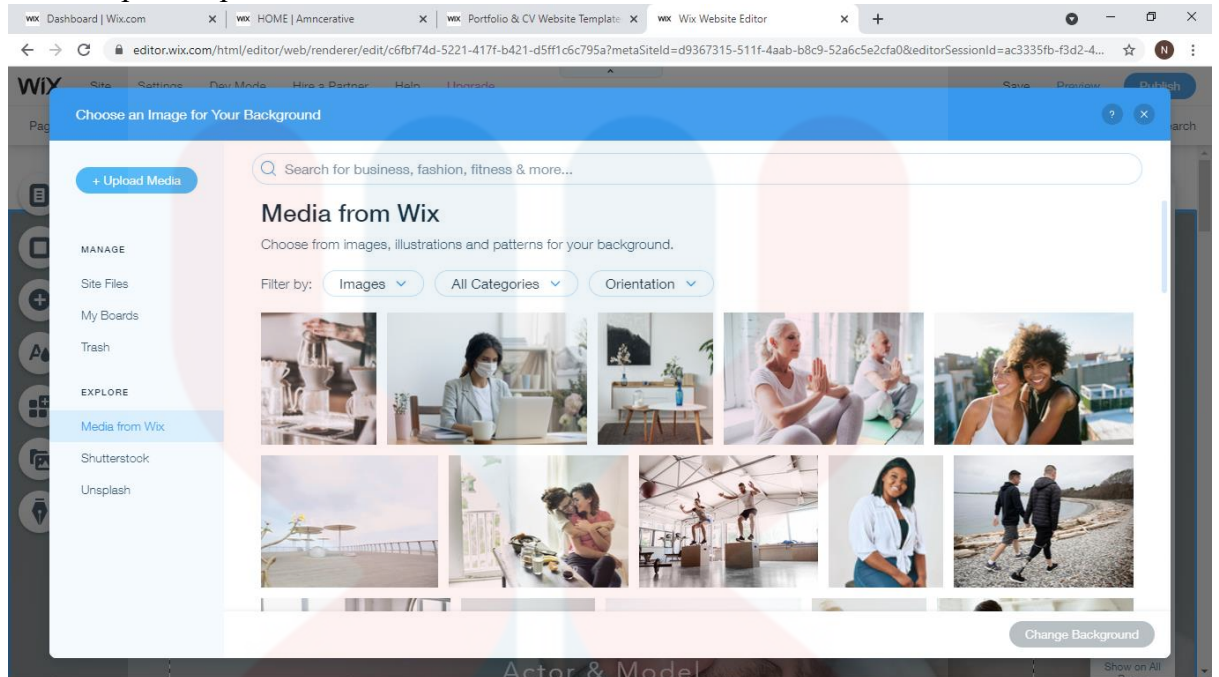
9. Untuk menukar gambar background, klik di “change strip background”.



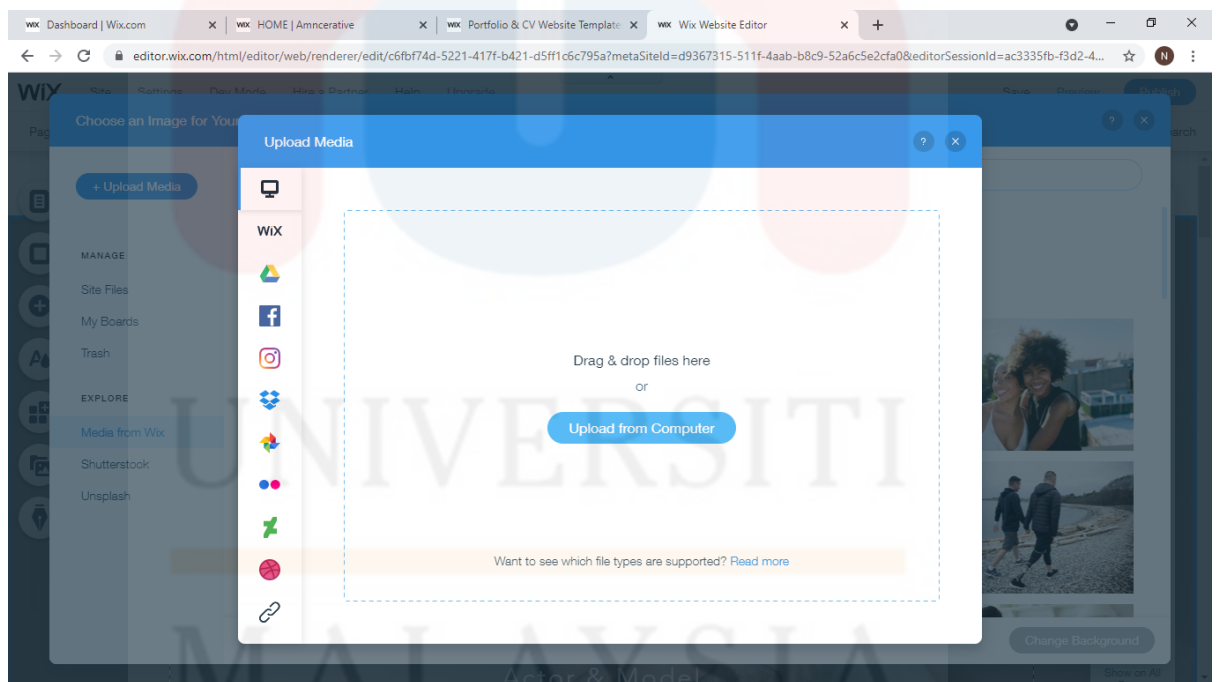
10. Klik pada image.



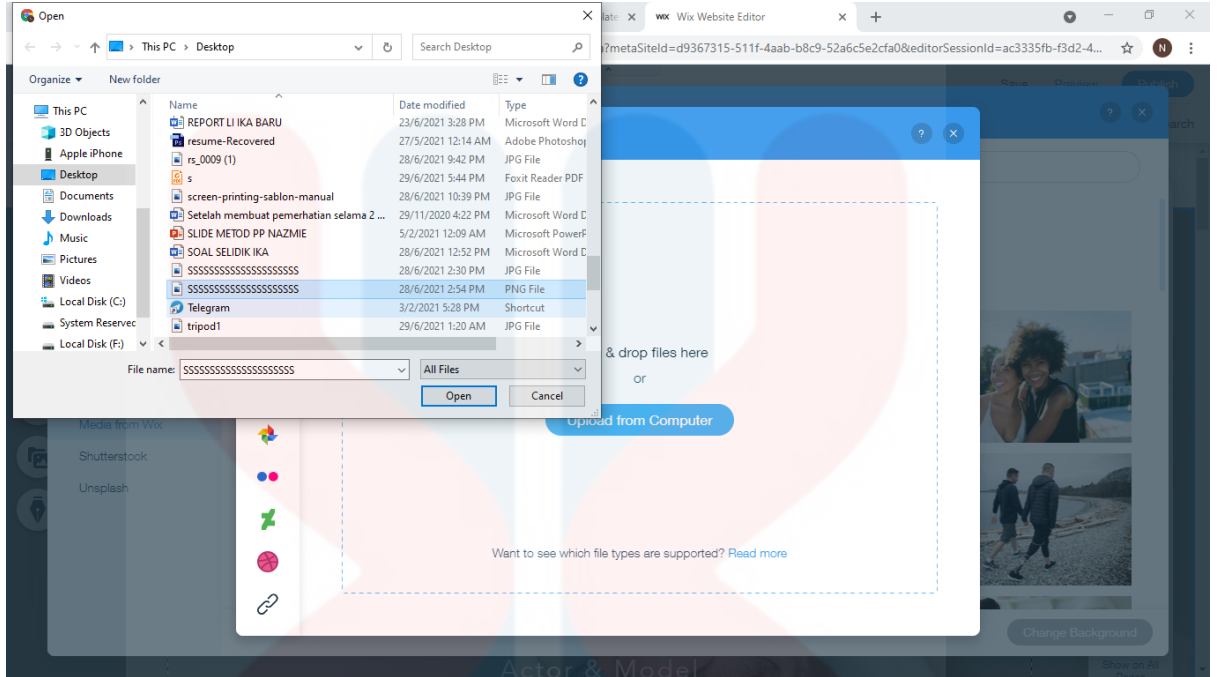
11. Klik pada “upload media”.



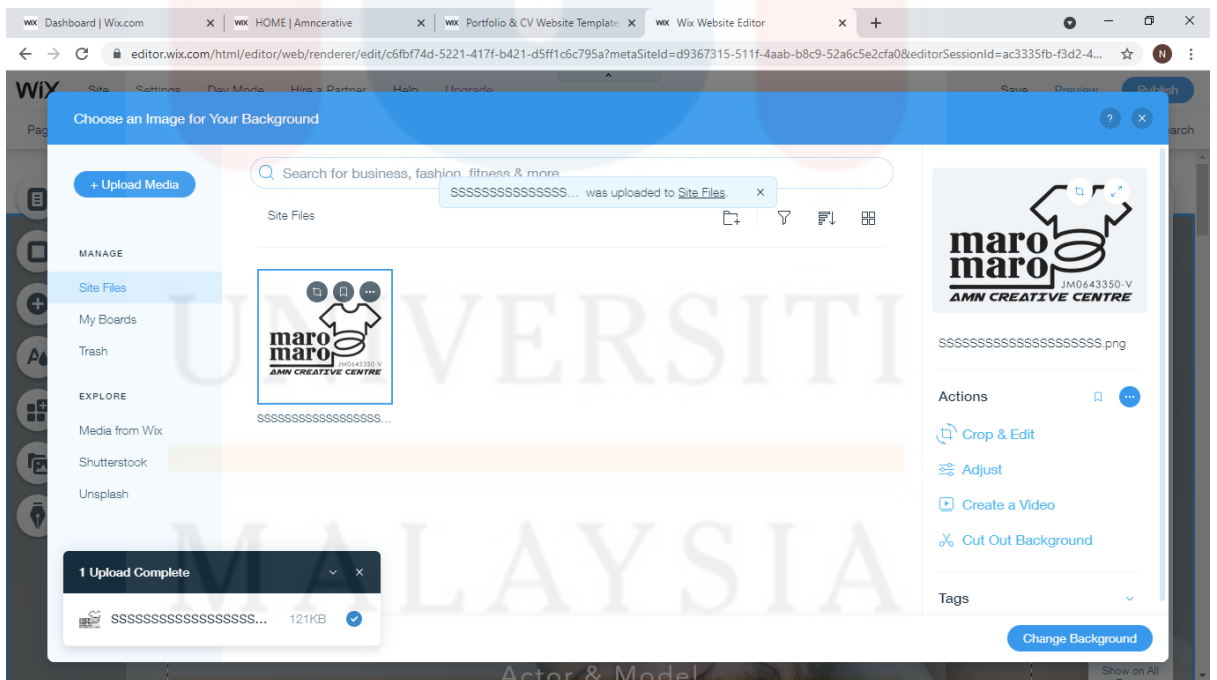
12. Klik pada “upload from computer”.



13. Pilih gambar yang sesuai dengan laman web tersebut.



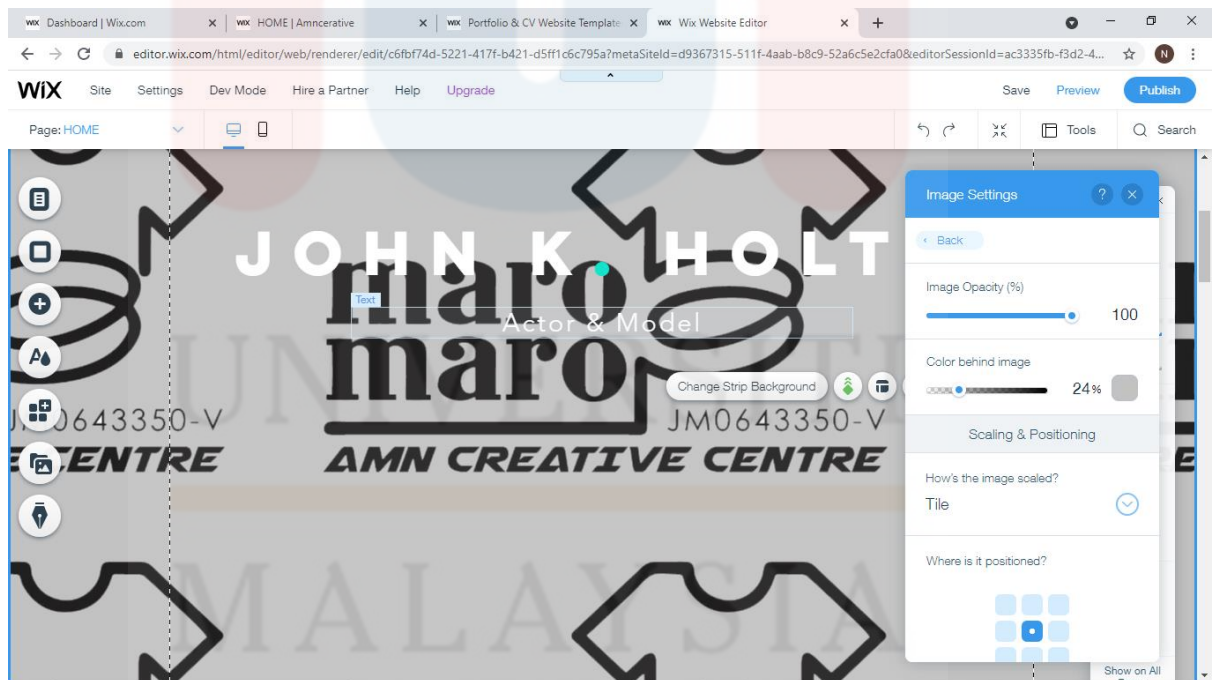
14. Setelah diupload, klik pada gambar tersebut seterusnya klik pada “change Background”.



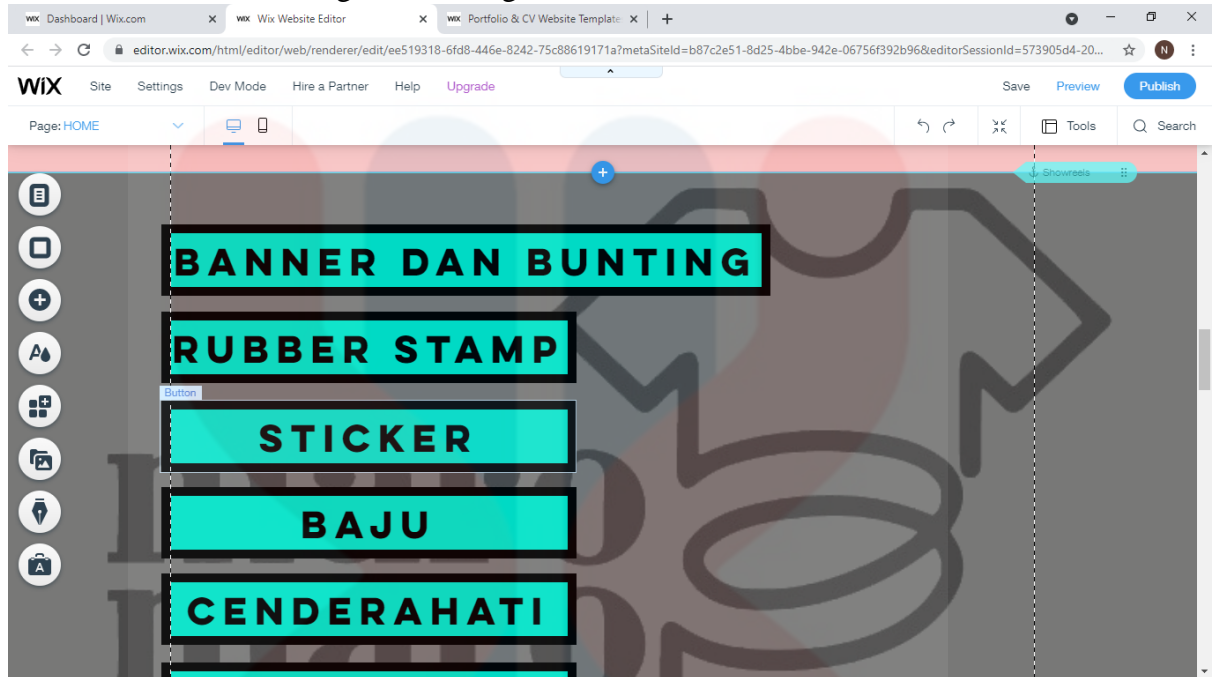
15. Gambar background tersebut boleh diedit mengikut kesesuaian.



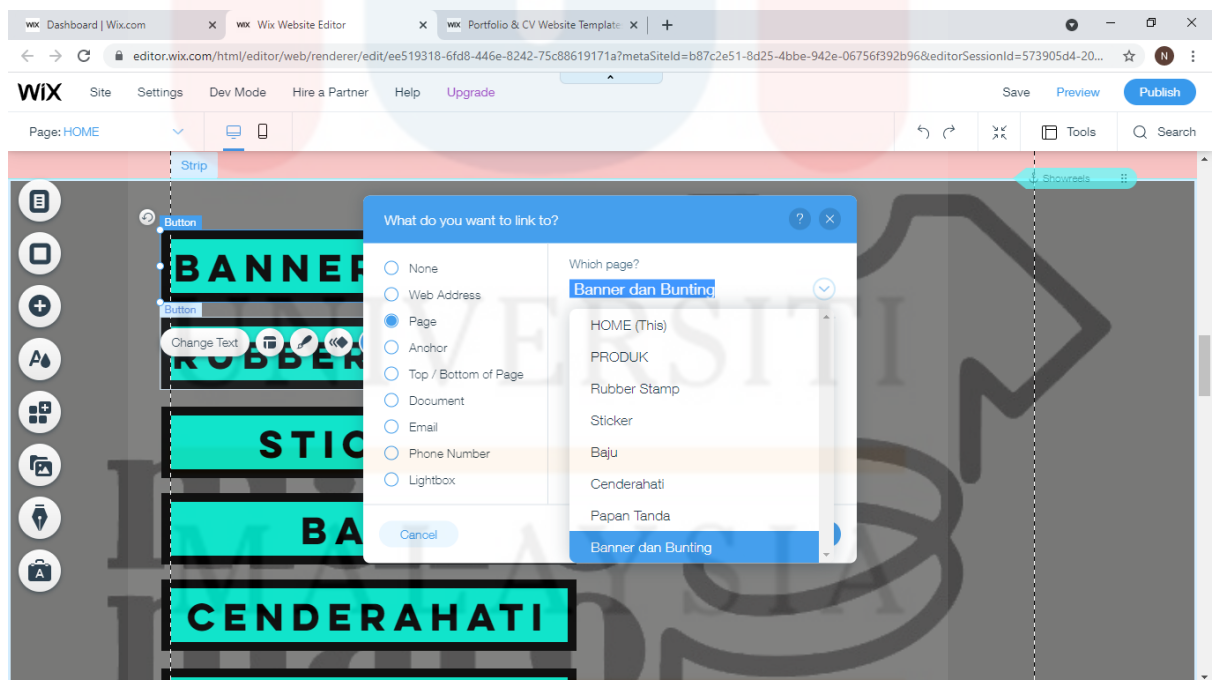
16. Nak Nampak menarik, tukar design background menggunakan “tile”.



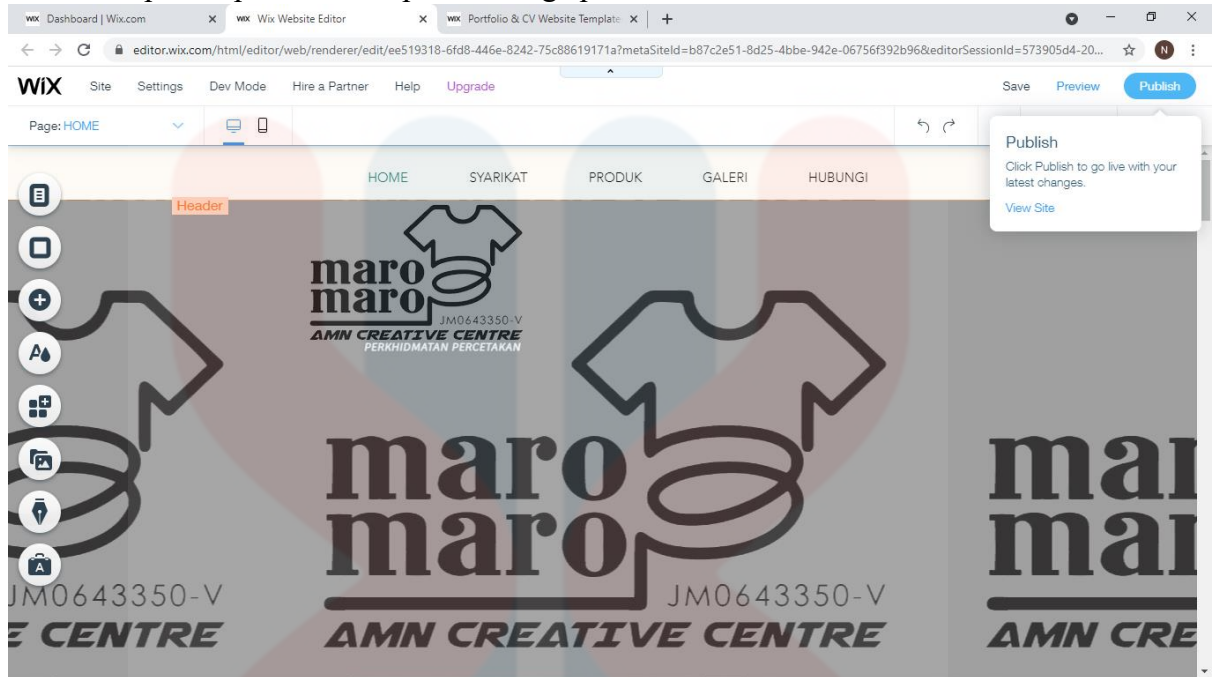
17. Ini adalah button navigasi untuk digunakan didalam lama web.



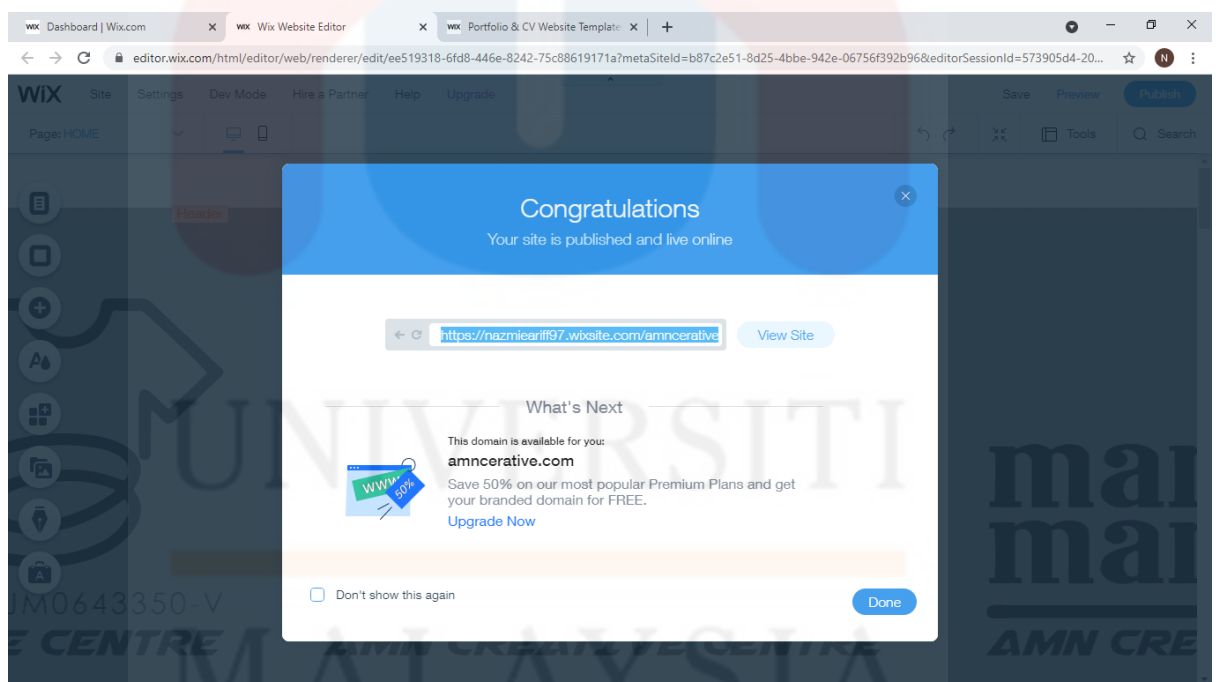
18. Untuk berfungsikan butang tersebut, double klik pada nama produk tersebut untuk mengubah butang navigasi ini.



19. Untuk proses publish, klik pada butang “publish”



20. Untuk menyebarkan website ini, copy link tersebut dan paste link di whatsapp web.



4.8 KESIMPULAN

Kesimpulannya, dalam menghasilkan laman web terdapat beberapa aspek penting yang perlu digunapakai. Selain itu, pengkaji perlu mendapatkan maklumat dan idea yang bernas sebelum membangunkan laman web supaya laman web yang dihasilkan mendapat sambutan yang tinggi terhadap pelanggan. Dalam menghasilkan laman web bukanlah mudah kerana banyak rekabentuk yang perlu disusun mengikut struktur yang betul. Membangunkan medium ini juga merupakan satu cabaran kepada pengkaji malah perlu mengubah beberapa kali supaya sesuai dengan situasi yang ingin digambarkan atau disampaikan. Menghasilkan laman web ini juga mestilah membina untuk memberi kefahaman kepada pelanggan. Semoga dengan pembangunan laman web ini dapat memberi manfaat dan sentiasa digunakan terhadap masyarakat serta negara.

BAB 5

KESIMPULAN DAN CADANGAN

5.0 PENGENALAN

Di dalam bab terakhir ini, kesimpulan dan cadangan akan dibincangkan berdasarkan kajian yang telah dijalankan oleh pengkaji pada bab yang sebelum ini. Segala kesimpulan dan cadangan yang dibuat adalah hasil pemerhatian daripada soal kaji selidik yang dijalankan. Pengkaji mendapati terdapat banyak kekurangan dan pengkaji berharap dengan kajian yang dijalankan dapat membantu memulihkan kekurangan tersebut.

5.1 CADANGAN

Berdasarkan kajian dan soal selidik yang telah dilakukan daripada responden, majoriti menunjukkan reaksi yang baik dengan pembangunan laman web perniagaan dalam mempromosikan jualan produk di Syarikat Amn Creative Centre. Pengkaji ingin memberi sedikit cadangan yang mungkin boleh diguna pakai untuk masa akan datang. Selain itu, pengkaji juga akan menambahbaik serta membangunkan laman web yang menarik minat pelanggan.

Pengkaji bercadang untuk membangunkan laman web perniagaan untuk mempromosikan produk syarikat Amn Creative Centre. Dimana syarikat ini tidak mempunyai laman web perniagaan. Sepanjang pengkaji menjalankan Latihan industri di Syarikat Amn Creative Centre, pengkaji telah mendapati bahawa laman web adalah sangat penting dalam sesebuah syarikat supaya dapat memperkenalkan syarikat ke seluruh Malaysia.

5.2 KESIMPULAN

Sebagai kesimpulan dalam kajian ini, penggunaan laman web perniagaan adalah sangat sesuai dijadikan medium pengiklanan. Hal ini kerana laman web mudah untuk diakses dan mudah untuk difahami oleh seseorang. Jika Syarikat Amn Creative Centre tidak mengubah cara mempromosikan produknya maka mereka kekurangan satu medium pengiklanan. Dengan adanya laman web ini, syarikat ini akan berkembang maju dan dapat menambah keuntungan syarikat. Mungkin sebelum ini syarikat ini hanya mengiklankan produknya di laman muka buku dan whatsapp. Jadi dengan medium pengiklanan menggunakan laman web ini dapatlah syarikat AMNCC memperkenalkan produk yang dihasilkan ke merata dunia. Pengkaji berharap agar dengan bantuannya terhadap pembangunan laman web ini dapatlah Syarikat Amn Creative Centre membina satu kelainan dan menghasilkan produknya dengan berkualiti.

RUJUKAN

Abdul Halim, Zainab Zakirah; Azmi, Dania Salsabila; Jasmi, Kamarul Azmi (2019). “Media Sosial dan Trend Penggunaan Menurut Islam” in Prosiding Seminar Sains Teknologi dan Manusia 2019 (SSTM’19) pada 15hb. Disember 2019 di DP3, N29, Fakulti Kejuruteraan Kimia dan Tenaga, UTM. Program anjuran Akademi Tamadun Islam, FSSK, UTM, p. 001-016.

Colliander, J. M. D. (2011). Following the fashionable friend: The power of social media.

Gordon, N (2004). Selling On the Internet. Inside. Tom Nash. Electronic Commerce: Directors and Opportunities For Electronic Business. London: Director Publication Ltd. p42 - 46.

Jaafar Muhammad (1993). Asas Pengurusan Perniagaan. Shah Alam: Penerbit Fajar Bakti Sdn. Bhd.

Journal of Advertising Research, 51(1), 313-320

Jones, R.L. (2000). Toward a sociology of coaching. In R.L. Jones & K.M. Armour (Eds.) The sociology of sport: Theory and practice (pp. 33-43). London: Addison Wesley Longman.

Mohd Arif Ismail Mohd Jasmy Abd Rahman. (2000). Pembinaan Laman Web Untuk Pengajaran Fokus Terhadap Kursus GE2123: Teknologi Dan Inovasi Dalam Pendidikan. Prosiding Seminar Pendidikan Kebangsaan 2000. Hotel Equatorial Bangi. 14 –15 November 2000.

Sabri Hj. Hussin, ed.(2005). “Pengurusan Perniagaan. Kuala Lumpur: Thomson Asia Pte. Ltd.

Seminar eUsahawan MDEC. (2016, September 27).

Yesil, M. 1997. Creating the Virtual Store: Taking Your Web Site from Browsing to Buying. New York: John Wiley & Sons, Inc.

LAMPIRAN

BORANG SOAL SELIDIK: RESPONDEN PERTAMA

NAMA: HAISYAH BINTI OTHMAN

UMUR: 32 TAHUN

Sila tandakan pada keterangan yang diberikan tentang pendapat anda,

NO	PERKARA	SANGAT TIDAK SETUJU	TIDAK SETUJU	TIDAK PASTI	SETUJU	SANGAT SETUJU
1	Pembangunan laman web dapat meningkatkan jualan?					
2	Pembangunan laman web dapat memperkenalkan produk kepada pelanggan?					
3	Adakah reka bentuk laman web memainkan peranan penting dalam jualan?					
4	Adakah reka bentuk yang menarik dapat menarik perhatian pelanggan?					
5	Adakah laman web membantu mempromosikan jualan?					

BORANG SOAL SELIDIK: RESPONDEN KEDUA

NAMA: NORA BINTI YUSOF

UMUR: 39 TAHUN

Sila tandakan pada keterangan yang diberikan tentang pendapat anda,

NO	PERKARA	SANGAT TIDAK SETUJU	TIDAK SETUJU	TIDAK PASTI	SETUJU	SANGAT SETUJU
1	Pembangunan laman web dapat meningkatkan jualan?					
2	Pembangunan laman web dapat memperkenalkan produk kepada pelanggan?					
3	Adakah reka bentuk laman web memainkan peranan penting dalam jualan?					
4	Adakah reka bentuk yang menarik dapat menarik perhatian pelanggan?					
5	Adakah laman web membantu mempromosikan jualan?					

BORANG SOAL SELIDIK: RESPONDEN KETIGA

NAMA: HELMI BIN YAHYA

UMUR: 38 TAHUN

Sila tandakan pada keterangan yang diberikan tentang pendapat anda,

NO	PERKARA	SANGAT TIDAK SETUJU	TIDAK SETUJU	TIDAK PASTI	SETUJU	SANGAT SETUJU
1	Pembangunan laman web dapat meningkatkan jualan?					
2	Pembangunan laman web dapat memperkenalkan produk kepada pelanggan?					
3	Adakah reka bentuk laman web memainkan peranan penting dalam jualan?					
4	Adakah reka bentuk yang menarik dapat menarik perhatian pelanggan?					
5	Adakah laman web membantu mempromosikan jualan?					

BORANG SOAL SELIDIK: RESPONDEN KEEMPAT

NAMA: HIDAYAH BINTI MASLAN

UMUR: 28 TAHUN

Sila tandakan pada keterangan yang diberikan tentang pendapat anda,

NO	PERKARA	SANGAT TIDAK SETUJU	TIDAK SETUJU	TIDAK PASTI	SETUJU	SANGAT SETUJU
1	Pembangunan laman web dapat meningkatkan jualan?					
2	Pembangunan laman web dapat memperkenalkan produk kepada pelanggan?					
3	Adakah reka bentuk laman web memainkan peranan penting dalam jualan?					
4	Adakah reka bentuk yang menarik dapat menarik perhatian pelanggan?					
5	Adakah laman web membantu mempromosikan jualan?					

BORANG SOAL SELIDIK: RESPONDEN KELIMA

NAMA: MARIA BINTI SALLEH

UMUR: 29 TAHUN

Sila tandakan pada keterangan yang diberikan tentang pendapat anda,

NO	PERKARA	SANGAT TIDAK SETUJU	TIDAK SETUJU	TIDAK PASTI	SETUJU	SANGAT SETUJU
1	Pembangunan laman web dapat meningkatkan jualan?					
2	Pembangunan laman web dapat memperkenalkan produk kepada pelanggan?					
3	Adakah reka bentuk laman web memainkan peranan penting dalam jualan?					
4	Adakah reka bentuk yang menarik dapat menarik perhatian pelanggan?					
5	Adakah laman web membantu mempromosikan jualan?					