

**IMPAK PANDEMIK COVID-19
TERHADAP PENIAGA MAKANAN
TRADISIONAL KECIL-KECILAN DI
KUALA KEDAH**

FATIN NUR IFFA BINTI MADZARI

UNIVERSITI MALAYSIA KELANTAN

2022



UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

**IMPAK PANDEMIK COVID-19
TERHADAP PENIAGA MAKANAN
TRADISIONAL KECIL-KECILAN DI
KUALA KEDAH**

Oleh:

FATIN NUR IFFA BINTI MADZARI

Projek penyelidikan ini disediakan untuk memenuhi syarat kelayakan bagi Ijazah Sarjana Muda Pengajian Warisan dengan Kepujian

**Fakulti Teknologi Kreatif Dan Warisan
UNIVERSITI MALAYSIA KELANTAN**

2022

PERAKUAN TESIS

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

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



FATIN NUR IFFA BINTI MADZARI
(981115-06-5180)

Tandatangan Penyelia Utama



DR. AINUL WAHIDA BINTI RADZUAN
DR. AINUL WAHIDA BINTI RADZUAN
Pensyarah Kanan
Fakulti Teknologi Kreatif dan Warisan
Universiti Malaysia Kelantan

Tarikh: 28/2/2022

Tarikh:

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

PENGHARGAAN

Terlebih dahulu saya ingin mengucapkan syukur ke hadrat Allah SWT diatas peluang untuk saya menyiapkan kajian ini pada tempoh yang telah diberikan. Di kesempatan ini saya ingin mengucapkan jutaan terima kasih kepada penyelia saya iaitu Dr. Ainul Wahida binti Radzuan yang banyak membantu dan membimbing saya dan rakan seperjuangan dengan berkongsi idea serta pendapat bagi menjayakan projek penyelidikan ini.

Seterusnya peluang ini diambil bagi mengucapkan terima kasih tidak terhingga kepada ibu bapa saya yang banyak memberi sokongan dan dokongan kepada saya. Mereka banyak memberi masa kepada saya agar lebih fokus dan semangat untuk menyiapkan kajian ini. Sekalung penghargaan juga buat rakan rakan yang sentiasa disisi untuk menjadi rujukan dan perkongsian idea serta pendapat ketika diperlukan.

Akhir kesempatan ini, saya mengucapkan berbanyak terima kasih kepada semua yang terlibat secara langsung dan tidak langsung. Terima kasih juga kepada pihak Universiti Malaysia Kelantan (UMK) yang memberi peluang kepada saya selaku pelajar di Fakulti Teknologi Kreatif dan Warisan (FTKW) bagi menyiapkan projek penyelidikan ini. Terakhir kepada semua responden yang terlibat dan memberi kerjasama yang sangat baik sepanjang penyelidikan ini dijalankan. Kerjasama anda sangat saya hargai.

MALAYSIA
KELANTAN

IMPAK PANDEMIK COVID-19 TERHADAP PENIAGA MAKANAN TRADISIONAL KECIL-KECILAN DI KUALA KEDAH

ABSTRAK

Makanan tradisional merupakan simbolik bagi penyatuan masyarakat majmuk dan peniaga makanan tradisional pula merupakan penyambung bagi melestarikan budaya makanan tradisional. Walau bagaimanapun, dunia kini telah melanda pandemik Covid-19 yang memberi kesan kepada seluruh dunia termasuk ekonomi negara. Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) menyebabkan peniaga makanan tradisional ini terjejas akibat norma baharu yang dikuatkuasakan oleh pihak kerajaan. Kajian ini dijalankan bagi mengenalpasti jenis-jenis makanan yang dijual oleh peniaga makanan tradisional di sekitar Kuala Kedah. Selain itu, mengkaji kesan pandemik kepada peniaga makanan tradisional dan menganalisis usaha yang diambil oleh peniaga bagi mengatasi kerugian penjualan makanan sepanjang Covid-19. Metodologi yang digunakan adalah kaedah pencampuran dan seramai 110 orang responden bagi tinjauan dan 10 orang responden dari temubual. Data kajian dianalisis menggunakan analisis tematik dan deskriptif. Hasil dapatan kajian menunjukkan bahawa impak pandemik ini memberi kesan kepada penjual makanan tradisional dari segi kesukaran mendapatkan pesanan daripada pelanggan, lebih sedikit pelanggan yang makan di gerai atau restoran mereka, dan bahan mentah yang terlalu mahal. Selain itu, peniaga kecil-kecilan ini telah mengambil inisiatif untuk mempromosikan makanan mereka dengan menggunakan media sosial sebagai platform, seperti menyertai laman Facebook dan kumpulan WhatsApp, pemasaran dari mulut ke mulut (melalui ahli keluarga) dan perkhidmatan penghantaran tunai. Kesimpulannya, kajian ini penting kepada peniaga secara kecil-kecilan kerana ia mencadangkan penyelesaian penting dan praktikal untuk meminimumkan kesan wabak ke atas perniagaan kecil mereka dan pengalaman baharu kepada orang lain tentang cabaran pandemik yang dihadapi sekarang.

Kata kunci: impak pandemik Covid-19, peniaga kecil-kecilan, makanan tradisional.

IMPACTS OF PANDEMIC COVID-19 ON SMALL-SCALE TRADITIONAL FOOD VENDORS IN KUALA KEDAH

ABSTRACT

Traditional cuisine is indicative of the cohesion of a plural society, and conventional food vendors act as the link in preserving Malaysia's traditional food culture. However, due to the pandemic Covid-19, the food traders could not conduct their business as usual. Their activities were restricted in addition to the Movement Control Order (MCO). Therefore, this study aims to examine the impact of the pandemic Covid-19 on the traditional food vendors in Kuala Kedah. This study has three primary goals: to identify the varieties of traditional cuisine sold by local vendors in Kuala Kedah, to explore the effects of pandemic Covid-19 on traditional vendors, and to analyse the efforts made by local vendors to overcome their losses during the pandemic Covid-19. This study also used a mixed-method approach by employing a survey and interviews. Hence, 110 respondents were given a questionnaire, and ten research participants were interviewed. All the qualitative and quantitative data from this study were analysed using thematic analysis and descriptive analysis. The study's findings found that the pandemic impacted traditional food vendors in terms of difficulty getting orders from clients, fewer customers dining in their stall or restaurant, and overpriced raw materials. In addition, these small-scale vendors have taken an initiative to promote their food by using social media as a platform, such as joining a Facebook page and WhatsApp group, word of mouth marketing (through family members) and cash on delivery services. In conclusion, this study is crucial to local vendors since it proposes significant and practical solutions to minimize the effects of the pandemic on their small businesses while also educating others on the present pandemic challenges.

Keywords: Covid-19 pandemic impact, small-scale vendors, traditional food

ISI KANDUNGAN

	HALAMAN
PERAKUAN TESIS	ii
PENGHARGAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
ISI KANDUNGAN	vi
SENARAI JADUAL	x
SENARAI RAJAH	xi
SENARAI SINGKATAN	xii
BAB 1: PENGENALAN	
1.0 Pendahuluan	1
1.1 Lokasi Kajian	4
1.2 Pemasalahan Kajian	6
1.3 Persoalan Kajian	7
1.4 Objektif Kajian	8
1.5 Skop Kajian	8
1.6 Limitasi kajian	9
1.7 Kepentingan Kajian	9
1.7.1 Individu	9
1.7.2 Kerajaan	10
1.8 Struktur Penyelidikan	11

BAB 2: KAJIAN LITERATUR

2.0 Pengenalan	12
2.1 Pandemik COVID-19	12
2.1.1 Kesan Pandemik Kepada Ekonomi	12
2.1.2 Kesan Pandemik Kepada Masyarakat	14
2.2 Makanan Tempatan dan Jadual Pemakanan	14
2.3 Hidangan Makanan Tradisional Di Malaysia	15
2.4 Peniaga Makanan Tradisional Kecil-Kecilan Dan Sumbangan	17
2.4.1 Cabaran Peniaga Kecil-Kecilan	17
2.5 Teori Konflik Dalam Memahami Kesannya Terhadap Peniaga Kecil-Kecilan	18
2.6 Penutup	21

BAB 3: METODOLOGI KAJIAN

3.0 Pengenalan	22
3.1 Kaedah Penyelidikan: Kaedah Campuran	22
3.1.1 Pendekatan Kualitatif	23
3.1.2 Pendekatan Kuantitatif	23
3.2 Sumber Data Kajian	24
3.2.1 Data Primer	25
3.2.2 Data Sekunder	28
3.3 Pensamplean Responden Kajian: Kualitatif	28
3.4 Analisis Kajian	30
3.4.1 Analisis Data Tematik	31

3.4.2 Analisis Data Deskriptif	34
3.5 Penutup	35
BAB 4: ANALISIS KAJIAN	
4.0 Pengenalan	36
4.1 Profil demografi	36
4.1.1 Umur	36
4.1.2 Status Perkahwinan Responden	37
4.1.3 Tempoh Perniagaan yang Dijalankan	37
4.1.4 Anggaran Pendapatan Hasil Bulanan Sebelum Pandemik	38
4.2 Jenis Makanan Tradisional yang Dijual	39
4.2.1 Sarapan Pagi	39
4.2.2 Kuih-Muih	41
4.2.3 Makanan Tengah Hari	43
4.2.4 Makanan Petang	44
4.2.5 Makanan Lain yang Dijual	45
4.3 Faktor Pemilihan Makanan Tradisional yang Dijual	47
4.3.1 Cara Penyediaan makanan tradisional	47
4.3.2 Kos Penyediaan makanan tradisional	50
4.4 Lokasi Operasi Perniagaan	53
4.4.1 Operasi Perniagaan Sebelum Pandemik	53
4.4.2 Operasi Perniagaan Semasa Pandemik	54
4.5 Impak Pandemik Terhadap Peniaga Makanan Tradisional	55
4.5.1 Penjualan Makanan Tradisional Sebelum Pandemik	55
4.5.2 Penjualan Makanan Tradisional Semasa Pandemik	60

4.6 Inisiatif yang Diambil oleh Peniaga kecilan di Kuala Kedah	64
4.6.1 Norma Baharu Perniagaan Makanan Tradisional	65
4.6.2 Trend Penjualan Makanan Tradisional	68
4.6.3 Kaedah yang Digunakan Dalam Mempromosikan Makanan yang Dijual	69
4.6.4 Bantuan Daripada Pihak Kerajaan	70
4.7 Penutup	72
BAB 5 RUMUSAN DAN CADANGAN	
5.0 Pengenalan	73
5.1 Rumusan	73
5.2 Cadangan	75
5.2.1 Kajian akan Datang	75
5.2.2 Usaha Kerajaan Menfokuskan Peniaga Kecil-Kecilan	76
5.2.3 Institusi Pendidikan dalam Memupuk Minat Golongan Muda Menceburi Perniagaan	76
5.3 Penutup	77
RUJUKAN	78

SENARAI JADUAL

NO.		HALAMAN
Jadual 3.1	Pensampelan: Responden	30
Jadual 4.1	Demografi Tentang Umur Peniaga Makanan Tradisional	36
Jadual 4.2	Status Perkhawinan Responden	37
Jadual 4.3	Tempoh Perniagaan yang Dijalankan	37
Jadual 4.4	Hasil Anggaran Pendapatan Bulanan Responden	38
Jadual 4.5	Makanan Sarapan Pagi	39
Jadual 4.6	Jenis Kuih-Muih yang Dijual Peniaga	41
Jadual 4.7	Jenis Makanan Tengah Hari yang Dijual	43
Jadual 4.8	Jenis Makanan Petang	44
Jadual 4.9	Jenis Makanan Lain yang Dijual	45
Jadual 4.10	Skala Likert Kekerapan	47
Jadual 4.11	Cara Penyediaan Makanan yang Dijalankan Peniaga	47
Jadual 4.12	Kos Penyediaan Makanan Tradisional yang Diperlukan	50
Jadual 4.13	Penjualan Makanan Tradisional Sebelum Pandemik	55
Jadual 4.14	Penjualan Makanan Tradisional Semasa Pandemik	60
Jadual 4.15	Inisiatif yang diambil oleh Para Peniaga	65
Jadual 4.16	Norma Baharu Perniagaan yang Dijalankan Sepanjang Pandemik	69

SENARAI RAJAH

NO		HALAMAN
Rajah 1.1	Peta Kawasan Perkampungan Kuala Kedah	4
Rajah 2.1	Teori Konflik Dalam Memahami Kesannya Terhadap Peniaga Kecil-Kecilan	19
Rajah 3.1	Carta Alir Proses Analisis Data Tematik	31
Rajah 3.2	Proses Transkripsi	32
Rajah 3.3	Pengekoden Data	33
Rajah 3.4	Proses Menyenaraikan Tema	33
Rajah 4.1	Carta Lokasi Operasi Perniagaan Sebelum Pandemik	53
Rajah 4.2	Carta Lokasi Operasi Perniagaan Semasa Pandemik	54
Rajah 4.3	Carta Trend Penjualan Makanan Tradisional	68
Rajah 4.4	Carta Kaedah yang Digunakan Dalam Mempromosikan Perniagaan	69
Rajah 4.5	Carta Bantuan yang Dimohon Peniaga Kepada Pihak Kerajaan	70

SENARAI SINGKATAN

PKP	Perintah Kawalan Pergerakan
COD	Cash On Delivery
PKR	Parti Keadilan Rakyat
SOP	Standard Operation Procedure
IMF	International Monetary Fund
PERDA	Lembaga Kemajuan Wilayah Pulau Pinang
BRIM	Bantuan Rakyat 1 Malaysia
PENJANA	Pelan Jana Semula Ekonomi
MCO	Movement Control Order
DPPMM	Dewan Perniagaan Melayu Malaysia
PKS	Perusahaan Kecil Sederhana
SME CORP	Small Medium Enterprise Corporation

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

BAB SATU

PENDAHULUAN

1.0 Pengenalan

Kerajaan telah mengumumkan Perintah Kawalan Pergerakan pada awal tahun 2020 dalam menghalang penularan wabak Covid-19. Menurut Ghani (2020) beberapa buah negara telah mengalami perintah darurat dan mengenakan sekatan perjalanan malah dijalankan kuarantin bagi menghalang penyebaran wabak Covid-19. Hal ini sekaligus telah memberi kesan kepada kesihatan mental kerana tekanan dan desakan ekonomi kepada segelintir masyarakat akibat daripada norma baharu yang telah dilaksanakan (Kementerian Kesihatan Malaysia, 2020). Akibat pandemik ini Covid-19 arahan penutupan sementara perniagaan yang telah dikeluarkan oleh Jabatan Kementerian Kesihatan terhadap premis-premis yang dibuka sekaligus memberi kesan kepada para pemilik premis untuk mencari inisiatif baharu bagi mengatasi kerugian seperti sewa premis, membayar gaji pekerja dan buruh.

Terdapat pengecualian kepada premis yang diberikan oleh Kementerian Kesihatan Malaysia terutamanya perkhidmatan yang terdiri daripada jenis perkhidmatan utama seperti pengilangan dan pembuatan, pembinaan perladangan dan komoditi. Perintah kawalan pergerakan (PKP) telah menghadkan segala aktiviti perniagaan serta Perkhidmatan yang ditawarkan. Kerajaan menyatakan bahawa kompaun akan dikenakan kepada individu yang ingkar dengan arahan semasa Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) Bagi sebarang aktiviti melibatkan aktiviti kemasyarakatan turut dilarang bagi mengelak penularan wabak Covid-19. Peningkatan kes Covid-19 telah mencatatkan bilangan kepada 438 kes berbanding hari pertama catatan kes yang berlaku di Malaysia iaitu hanya seramai 22 orang sahaja yang disahkan positif

(Cheng, 2020).

Kesan yang ketara dapat dilihat apabila Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) yang dikuatkuasa oleh kerajaan memberi kesukaran kepada para peniaga kecil-kecilan untuk menjalankan aktiviti perniagaan mereka kerana perlu menghadkan tempoh perniagaan agar tidak melanggar undang-undang yang telah ditetapkan. Akibat daripada sekatan jalan dan kawalan pergerakan yang telah dijalankan di kebanyakan negara Sama seperti Malaysia, banyak perniagaan terjejas. Dapat melihat kesannya lebih ketara kepada pengusaha mikro berbanding perusahaan yang berskala besar. Para peniaga terpaksa menutup perniagaan kerana terpaksa meminimumkan kos yang terpaksa ditanggung (Fabiell et. al 2020).

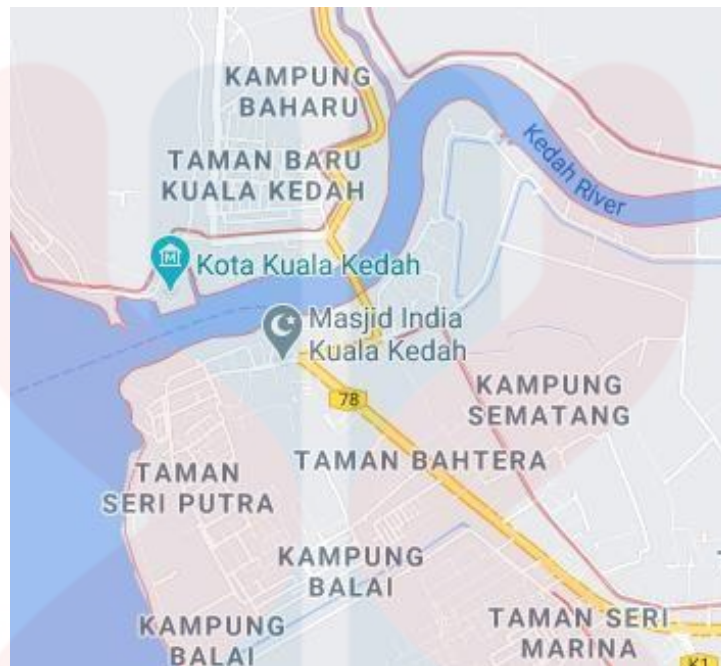
Merujuk pernyataan daripada Jabatan Perangkaan Malaysia, akibat daripada wabak Covid-19 telah berlaku kejatuhan ekonomi di kebanyakan negara. Segala aktiviti yang menyumbang kepada pemekatan ekonomi sesebuah negara terpaksa diberhentikan buat seketika bagi mengelak penularan wabak tersebut. Penurunan ekonomi secara drastik telah direkodkan oleh International Monetary Fund (IZMF). Kesan sama turut dialami Malaysia, akibat kemerosotan ekonomi kerana permintaan yang kurang memberangsangkan sekaligus tidak membantu dalam peningkatan ekonomi negara semasa Pandemik Covid-19 ini.

Usaha pertama Malaysia dalam menggalakkan pelancong untuk datang ke Malaysia adalah Tahun Melawat Malaysia yang telah diperkenalkan pertama kalinya pada tahun 1990 sekaligus bertujuan untuk mempromosikan keunikan dan kepelbagaian yang terdapat di Malaysia. Menurut United Nation World Tourism Organisation (2012) dalam dekad kebelakangan ini makanan warisan telah muncul dan diketengahkan

sebagai salah satu peranan utama dalam perniagaan global dan menjadi tarikan pelancongan budaya. Malah ia turut mewakili identiti budaya dan keunikan komuniti itu sendiri (McKercher & Cros, 2009).

Manakala menurut Aloysius et.al (2013) makanan warisan adalah simbolik dalam penyatuan rasa bagi menyatukan rakyat Malaysia yang berbilang kaum dan agama. Gastronomi iaitu seni masakan yang melibatkan makanan tempatan dan kebudayaan setempat turut dapat dilihat pada kajian ini. Perkembangan gastronomi serta makanan tempatan ini turut memberi peningkatan kepada sektor pelancongan malah memberi impak positif kepada peningkatan sosial dan ekonomi komuniti tempatan (Alyani et.al 2016). Oleh itu, dapat dilihat ianya menjadi identiti dalam pembinaan negara yang paling ideal. Terdapat dua elemen penting makanan warisan iaitu (i) nilai budaya iaitu bagaimana sesebuah masyarakat menunjukkan budaya majmuk yang dimiliki oleh mereka. Seterusnya (ii) iaitu fahaman tentang nilai sejarah yang dimiliki oleh masyarakat dalam mengenali identiti sesebuah warisan yang masih dipelihara. Contohnya, perkongsian resepi serta teknik bagi memasak atau menyediakan sesuatu makanan warisan tertentu (Soon, 2016).

1.1 Lokasi Kajian



Rajah 1.1: Peta Kawasan Perkampungan Kota Kuala Kedah

Sumber: Google

Kuala Kedah adalah sebuah mukim di dalam kawasan parlimen di daerah Kota Setar, Kedah dan jarak ke Alor Setar dari Kuala Kedah kira-kira 11 Kilometer. Kuala Kedah merupakan pelabuhan utama di para nelayan yang terletak di muara Sungai Kedah. Kawasan ini berbentuk segi empat yang berada di utara tebing Sg. Kedah dimana tembok sebelah barat menghadap ke arah Selat Melaka dan tembok selatan pula menghadap sungai menghala ke Pekan Kuala Kedah. Utara tembok menghadap kawasan paya, bahagian timur pula menghadap perkampungan nelayan dan sawah padi, kawasan tembok yang menghadap daratan dikelilingi pula dengan parit yang dikenali dengan nama Alor Melaka. Mukim Kuala Kedah ini merupakan tumpuan pelancong kerana berfungsi sebagai terminal feri untuk ke Pulau Langkawi sebagai salah sebuah tempat destinasi pelancongan selain dapat ke sana dengan menaiki ke Kuala Perlis.

Kuala Kedah yang dahulunya menjadi sebuah kubu pertahanan utama daripada ancaman tentera Siam dan kini menjadi penempatan para penduduk yang aktiviti hariannya adalah sebagai nelayan.

Negeri Kedah iaitu mempunyai sebanyak 11 buah daerah, mempunyai sebanyak 239 buah mukim, ibu kota bagi negeri Kedah adalah Kota Setar dan bandar Kuala Kedah adalah salah sebuah pecahan kawasan pentadbiran Negeri Kedah. Kuala Kedah merupakan salah sebuah mukim yang terletak di daerah Kota Setar. Kota Kuala Kedah berkeluasan 10,772 km² telah direkodkan pada tahun 2019 dalam JPS daerah Kota Setar. Dari segi politik, Kuala Kedah berada dibawah kawasan Parlimen Parti Keadilan Rakyat (PKR) yang diketuai oleh Parlimen Yang Berhormat. DR. Azman bin Ismail. Kawasan Kuala Kedah mempunyai jajaran Sungai Alor Melaka dan Alor Tok Pasai yang bercabang dengan Sungai Kedah iaitu sepanjang 1100m yang berfungsi sebagai jaringan utama para nelayan untuk ke laut mencari hasil laut dan dijual ke pasar tani yang berdekatan.

Perkampungan di Kuala Kedah telah dinamakan sempena setiap peristiwa yang berlaku di kampung-kampung tersebut. Sebanyak 18 buah perkampungan di Kuala Kedah yang lokasinya berdekatan antara satu sama lain. (Ahmad et. al, 2008). Menurut Ahmad et.al (2008) Kuala Kedah berpotensi untuk dijadikan destinasi pelancongan yang baru iaitu pekan nelayan yang menjadi tarikan pelancong luar untuk mencari hasil laut yang segar. Selain menjadi tarikan utama di Kota Kuala Kedah iaitu destinasi pelancongan warisan dan hal ini menyumbang kepada sosioekonomi penduduk di kawasan Kuala kedah.

Aktiviti utama penduduk di sekitar Kuala Kedah adalah aktiviti menangkap hasil laut kerana kedudukan perkampungan ini berhampiran dengan laut. Ibrahim et. al (2016) menyatakan kerajaan Kedah sudah memperuntukkan pembangunan prasarana di luar bandar seperti jalan perhubungan desa sekaligus membantu ekonomi penduduk kampung. Antara program dan aktiviti utama yang dijalankan adalah Program Pasar Nelayan. Program ini bertujuan untuk membantu nelayan dalam memasarkan hasil tangkapan secara terus. Menurut Ibrahim et.al (2016) lagi, sosioekonomi para nelayan masih di tahap yang sama dan tidak ada peningkatan. Hal ini kerana, kebanyakan penduduk masih menjadi nelayan dan petani sebagai pekerjaan tetap dalam menjaga ekonomi diri dan keluarga. Selain faktor kemiskinan yang terdapat di kawasan luar bandar Kuala Kedah adalah bantuan yang disalurkan oleh kerajaan gagal diuruskan sebaik mungkin.

1.2 Pemasalahan Kajian

Aktiviti pelancongan di negeri Kedah telah banyak mengubah landskap fizikal iaitu pembangunan infrastruktur dimana ini memberi manfaat kepada masyarakat terutama di luar bandar seperti Kuala Kedah (Rancangan Struktur Negeri Kedah, 2020). Selain dapat menyumbangkan manfaat kepada pendapatan masyarakat setempat. Namun, Pandemik Covid-19 telah menjejaskan tumpuan pelancongan yang terdapat di Kota Kuala Kedah akibat SOP yang perlu dilakukan bagi mengelak penularan wabak ini. Menurut Muhammad (2020) majoriti peniaga kecil tidak akan mampu bertahan selama lebih dua bulan akibat daripada wabak Pandemik Covid-19 yang melanda Malaysia. Menurut Muhammad (2020) lagi, persatuan Dewan Perniagaan Melayu Malaysia (DPMM) menganggarkan sebanyak 53% atau kira-kira seramai 450,000 usahawan Melayu yang berdaftar dengan SME Corp terjejas akibat wabak ini dan tidak mampu

bertahan dengan tempoh yang lama jika tidak mendapat bantuan daripada pihak kerajaan. Para peniaga perlu mengambil inisiatif seperti mempromosikan perniagaan, melakukan khidmat tunai semasa penghantaran (COD) dalam menstabilkan perniagaan mereka agar tidak perlu menanggung kos kerugian yang tinggi dalam norma Pandemik Covid-19.

Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) yang telah di kuatkuasa oleh Kementerian memberi batasan kepada para pelanggan tetap dan pelancong luar untuk mengunjungi perniagaan mereka kerana tidak dibenarkan untuk menjalani kehidupan sosial seperti sebelumnya. Kesannya, para peniaga ini telah mengalami pengurangan bilangan para pelanggannya. Menurut Dzulkifli et.al (2020) ramai pengusaha kecil-kecilan mengalami kesan ekonomi yang teruk kerana tidak dapat beroperasi seperti biasa dan menyebabkan kehilangan punca pendapatan. Malah menurut Fabeil et.al (2020) wabak Covid-19 ini telah mempengaruhi kegiatan perniagaan yang dijalankan kerana kehilangan pendapatan, operasi yang tergendala serta terpaksa menjimatkan kos dengan cara memberhentikan pekerja mereka. Oleh yang demikian, kajian ini dijalankan untuk mengkaji tentang kesan Pandemik Covid-19 kepada peniaga makanan tradisional di sekitar Kuala Kedah.

1.3 Persoalan Kajian

Antara persoalan kajian bagi kajian ini adalah:

- i) Apakah jenis-jenis makanan yang dijual peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan di sekitar Kawasan Kuala Kedah?
- ii) Bagaimanakah kesan Pandemik covid-19 kepada peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan di sekitar Kawasan Kuala Kedah?
- iii) Apakah usaha yang diambil oleh peniaga bagi mengatasi kerugian penjualan makanan sepanjang musim Covid-19?

1.4 Objektif Kajian

- i) Mengenalpasti jenis-jenis makanan yang dijual peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan di Kuala Kedah
- ii) Mengkaji kesan Pandemik covid-19 kepada peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan di sekitar Kuala Kedah
- iii) Menganalisis usaha-usaha yang diambil oleh peniaga bagi mengatasi kerugian penjualan makanan sepanjang musim Covid-19

1.5 Skop Kajian

Kuala Kedah iaitu simbolik dengan kawasan makanan tarikan ini memberi galakan kepada para pelancong untuk datang dan merasai makanan ini. Tujuan kajian ini dijalankan adalah untuk melihat bagaimana para peniaga makanan tradisional ini mengatasi kesukaran untuk meneruskan perniagaan mereka akibat daripada wabak Pandemik Covid-19. Lokasi kajian yang akan dijalankan pengkaji adalah di sekitar Kuala Kedah, iaitu sekitar kawasan perkampungan nelayan, seperti Kampung Batas Paip, Kampung Teluk Kechai. Pengkaji menggunakan pendekatan campuran iaitu pendekatan kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan kaedah kajian seperti temubual dan kaedah pemerhatian bagi pendekatan kualitatif dan borang soal selidik bagi pendekatan kuantitatif. Responden kajian ini adalah seramai 10 orang. Saiz sampel pula merujuk kepada peniaga makanan tradisional yang berniaga di sekitar Kuala Kedah dengan bilangan seramai 110 orang responden. Bagi analisis kajian, data yang diperolehi dari kajian lapangan dianalisis menggunakan kaedah analisis tematik dan kaedah analisis deskriptif.

1.6 Limitasi Kajian

Sepanjang pengkaji menjalankan kajian ini, terdapat beberapa kekangan yang terpaksa dihadapi. Pertama, pengkaji terpaksa mengecilkan saiz sampel daripada populasi yang ada di sekitar Kuala Kedah. Anggaran populasi di kawasan Kuala Kedah adalah seramai 2075 orang penduduk dibandingkan hasil data responden melalui pendekatan kuantitatif hanya seramai 110 orang. Perbezaan bilangan sampel ini berlaku kerana pengkaji mengecilkan skop yang menfokuskan kepada peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan di kawasan tersebut.

1.7 Kepentingan Kajian

Dalam kajian ini secara umumnya terdapat kepentingan utama yang melibatkan individu dan kerajaan:

1.7.1 Individu

Kepentingan kajian ini terhadap individu adalah agar individu yang meminati bidang perniagaan akan sentiasa mencuba bidang ini walaupun berlaku banyak kekangan dalam menghadapi norma baharu untuk mengharungi Pandemik Covid-19 ini. Hal ini kerana individu ini sekaligus dapat menyumbangkan sesuatu terhadap ekonomi di Kuala Kedah terutamanya sebagai peniaga makanan yang menarik minat pelancong dan seterusnya untuk menambah pendapatan sampingan untuk kelangsungan hidup.

Selain itu, kepentingan kajian ini juga memberi maklumat kepada individu agar mereka tahu cara dan kaedah baharu untuk meneruskan perniagaan mereka tanpa perlu menghadapi risiko untuk menanggung kerugian yang tinggi kerana, pengkaji telah menetapkan matlamat iaitu dengan mengkaji usaha yang diambil oleh para peniaga kecil-kecilan ini dalam mengatasi kerugian penjualan makanan sepanjang musim Covid-19.

1.7.2 Kerajaan

Kajian ini dapat menjadi rujukan kepada Kementerian Pelancongan, dan Kementerian Kemajuan Luar Bandar dan Wilayah, Institusi Kemajuan Desa dan agensi-agensi terlibat bagi mengambil inisiatif dalam membangunkan kawasan Kuala Kedah dengan membantu peniaga makanan secara kecil-kecilan yang terjejas sepanjang pandemik covid-19 ini berlaku. Selain sebagai skop tarikan utama walaupun ketika musim Covid-19. Hal ini kerana, para peniaga kecil-kecilan ini dapat mengharungi cabaran untuk masih membuka perniagaan mereka walaupun ketika musim Covid-19 bagi mengekalkan simbolik makanan tradisional di Kuala. Kerjasama daripada pihak kerajaan diharapkan sekaligus dapat merancakkan semula ekonomi peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan.

1.8 Struktur Projek Penyelidikan

Secara keseluruhannya, dalam bab ini pengkaji akan menjelaskan tentang kesan-kesan yang dihadapi oleh para peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan di Kuala Kedah sepanjang menghadapi situasi Pandemik Covid-19. Pengkaji turut mengemukakan pernyataan masalah, objektif kajian, skop kajian, limitasi kajian yang menjadi cabaran kepada pengkaji dan kepentingan kajian. Bab dua adalah kajian literatur yang menjadi rujukan dan panduan kepada pengkaji dalam menyiapkan kajian ini. Bab ini menjelaskan tentang definisi dan kajian lepas tentang tajuk-tajuk yang berkaitan dengan kajian yang dijalankan.

Bagi bab tiga iaitu metodologi kajian, pengkaji menghuraikan kaedah penyelidikan yang digunakan iaitu kaedah campuran, pengkaji turut mengemukakan sumber data kajian, responden kajian dan analisis kajian yang digunakan. Bagi bab empat iaitu analisis kajian. Pengkaji menghuraikan data yang diperolehi iaitu seperti profil demografi, jenis makanan yang dijual, faktor pemilihan makanan tradisional, lokasi operasi perniagaan. Selain itu, pengkaji turut menghuraikan tentang impak pandemik dan insiatif yang diambil peniaga kecil-kecilan. Bab terakhir iaitu, rumusan dan cadangan, pengkaji merumuskan hasil dapatan kajian dengan dapatan utama yang diperolehi sepanjang kajian ini dijalankan. Pengkaji turut menyatakan cadangan yang dapat diambil oleh pihak terlibat yang berkaitan dengan tajuk kajian ini.

BAB DUA

SOROTAN KAJIAN

2.0 Pengenalan

Bab Dua membincangkan mengenai Covid-19 dan kesannya kepada peniaga makanan kecil-kecilan. Bab ini juga menyentuh mengenai makanan tradisional sebagai salah satu makanan warisan. Kesan daripada penularan wabak pandemik Covid-19 juga dibincangkan di dalam bab ini terutamanya hal-hal yang berkaitan dengan ekonomi serta sektor pelancongan makanan. Akhir sekali, bab ini menyentuh mengenai teori konflik dalam membincangkan mengenai impak Pandemik Covid-19 kepada para peniaga makanan warisan di Kota Kuala Kedah.

2.1 Pandemik Covid-19

Pandemik Coronavirus atau dikenali Pandemik Covid-19 virus berjangkit yang berpunca daripada haiwan ke manusia atau dikenali sebagai "Zoonosis" yang menyebabkan sindrom pernafasan yang teruk menerusi laman rasmi World Health Organization (WHO). Wabak ini pertama kali dikesan pada 8 Disember 2019 merujuk kenyataan rasmi daripada negara China kepada World Health Organisation (WHO) pada tahun 2020. Sekurang-kurangnya dunia telah merekodkan lebih dari 136 juta kes yang disahkan malah seramai 2,930,000 kematian akibat Pandemik Covid-19, rekod bagi kes ini telah pegang dan dikemas kini oleh World health Organization (WHO).

2.1.1 Kesan Pandemik kepada Ekonomi

Menurut Jabatan Perangkaan Statistik Malaysia (2020), hampir semua negara di dunia mengalami kejatuhan ekonomi lebih dari yang dijangka. Keputusan untuk memberhentikan seketika segala aktiviti yang menyumbang kepada ekonomi secara global mahupun domestik adalah langkah dalam mencegah penularan wabak Covid-19.

Ekonomi negara Malaysia kini telah mengalami turut mengalami kemerosotan akibat daripada Pandemik Covid-19, merujuk kepada statistik daripada Keluaran Dalam Negara Kasar (KDNK) pada tahun 2019 iaitu penyusutan sebanyak 3.4% semasa dalam tempoh Kawalan Perintah Kawalan Pergerakan (PKP). Selain menjadikan prestasi tahunan ekonomi Malaysia kepada -5.6% akibat daripada penutupan sempadan dan perintah sekatan di peringkat global.

Menghurai mengenai impak kepada ekonomi rakyat Malaysia iaitu apabila segelintir peniaga yang menjalankan perniagaan secara kecil terpaksa ditutup malah terdapat buruh yang terpaksa kehilangan pekerjaan mereka (Cheng, 2020). Dua kali ganda kesan ekonomi dapat dilihat melalui kenyataan rasmi yang dikeluarkan oleh Ketua Ahli Ekonomi Bank Dunia bagi Malaysia, apabila makro-ekonomi yang menyumbang kepada pendapatan negara menyusut pada separuh pertama 2020 seperti subsektor pembuatan yang merosot sebanyak 8,7% akibat daripada operasi yang terpaksa diberhentikan buat seketika. Selain terkesan berikutan penutupan pintu masuk sempadan dan aktiviti perdagangan yang rendah. Manakala menurut Fabeil et.al (2020) Covid-19 adalah ancaman kepada pendapatan Malaysia secara mendadak dan bukan hanya mempengaruhi seluruh organisasi malah seluruh sektor ekonomi.

Mobiliti yang terhad dan penjualan yang sangat rendah menyebabkan kelangsungan mereka terjejas sepanjang pandemik Covid-19, sama seperti yang terjadi di Malaysia. Hal ini kerana, berlaku pasaran yang terhad dan banyak perniagaan terpaksa ditutup akibat arahan daripada pihak kerajaan dalam mengambil langkah untuk menghalang pengularan wabak Pandemik Covid-19 (Katooro, 2020). Menerusi pelan pemulihan ekonomi yang dirangka oleh kerajaan, dianggarkan sebanyak RM 140 juta diberikan dalam membantu dan mendorong perusahaan Industri Kecil Sederhana (IKS) agar pelan pemulihan ini dapat memupuk semangat peniaga kecil-kecilan dalam

menstabilkan ekonomi dan taraf hidup mereka (Ali et. al 2020).

2.1.2 Kesan Pandemik kepada Masyarakat

Pandemik ini telah mengubah aktiviti kebiasaan masyarakat di seluruh dunia termasuk Malaysia. Masyarakat dinasihat agar menjaga kebersihan pada tahap optimum, serta mengamalkan penjarakkan sosial dengan memakai pelitup muka bagi langkah penularan wabak ini. Kebiasaan baharu ini perlu menjadi kelaziman dalam komuniti dalam menjalani kehidupan kini (Suraiya, 2020).

Norma baharu telah membawa peniaga menceburi ilmu digital dalam mempromosikan perniagaan mereka (Rashid et al. 2020). Pernyataan tersebut turut disokong oleh Fabiel et.al (2020) di mana para pengusaha runcit dan peniaga kecil-kecilan kini mula beralih kepada alternatif baharu dalam meneruskan operasi perniagaan mereka dalam tempoh PKP dengan memanfaatkan dengan aplikasi dan media sosial untuk mempromosikan perniagaan kecil-kecilan mereka. Bagi pandemik yang berlaku, masyarakat bersetuju dengan kempen yang dijalankan oleh aktivis yang memperjuangkan nasib mereka. Menurut Nik Faizah Nik Othman iaitu selaku aktivis masyarakat, Tindakan ini adalah untuk membantu golongan yang mengalami kesempitan kewangan dan dalam keadaan yang terdesak (Charanjit,2021).

2.2 Makanan Tempatan dan Jadual Pemakanan

Kepelbagaian makanan yang ada di Malaysia adalah kerana budaya masyarakat kita yang berbilang kaum. Menurut Fisshu et. al (2015) hidangan Malaysia adalah terbentuk kerana proses asimilasi yang berlaku iaitu makanan tradisional dipengaruhi oleh kebiasaan makan masyarakat dan menyatu di dalam sistem sosial budaya berbagai-bagai golongan etnik dan kaum di daerah-daerah. Setiap individu perlu mengambil jam makan yang betul agar dapat menjaga kesihatan dan kekal semangat. Menurut Riza

(2014) waktu makan yang betul membolehkan berat badan tidak naik dengan mendadak. Empat pengkelasan jadual makan yang telah dibentuk bagi rutin individu iaitu sarapan pagi, makan tengahhari, snek petang dan makan malam. Sarapan pagi adalah sangat penting dalam mengekalkan tenaga dan mengembalikan glukosa dalam darah bagi menjalani aktiviti harian (Nasuha,2015).

Bagi jadual makan tengah hari, menyebabkan metabolisma dalam badan menjadi perlahan. Menurut (Lina, 2020) sekiranya individu tersebut tidak mengambil makanan tengahhari secara kerap boleh menyebabkan kadar asid yang berlebihan. Kadar asid ini sekaligus dapat menipiskan lapisan usus seterusnya berlaku ulser di dalam perut. Bagi minum petang iaitu alas perut supaya kurang lapar di malam hari turut penting dalam mengekalkan tenaga manusia. Individu yang ingin mengurangkan berat badan, disarankan mengambil makanan atau snek petang dan perlu mengelakkan daripada mengambil makanan malam (Mawardi, 2017). Bagi pengkelasan makanan malam, menurut laman web Prihatin yang diterbitkan pada tahun 2020, mendapati individu yang mengambil makanan malam secara awal akan mendapat tidur yang lena dan mengekalkan metabolisme dalam badan. Selain itu, Asmadi (2014) berpendapat bahawa makanan malam secara awal memudahkan proses pencernaan berlaku jika dibandingkan dengan mengambil makan malam secara lewat.

2.3 Hidangan Makanan Tradisional

Makanan tradisional yang simbolik terhadap sesebuah kawasan merupakan kunci utama dalam menarik minat pelancong. Raji et. al (2018) berpendapat bahawa banyak kawasan tumpuan masyarakat telah diiktiraf sebagai ikon negara dalam membantu menaikkan destinasi pelancongan makanan. Hal ini turut dibincangkan oleh Ramli et. al (2019) di mana banyak negara Asia dilaporkan telah mengalami pengaruh daripada budaya makanan barat sehingga kehilangan warisan dan identiti makanan mereka

sendiri. Menurut Sims (2009) makanan tradisional yang dihasilkan oleh penduduk tempatan dapat memberi pengalaman menarik kerana mempunyai keunikkan dan menjadi identiti yang tidak dapat ditiru oleh negara lain kepada pelancong yang datang ke destinasi tersebut. Walau bagaimanapun Yoshino (2010) berpendapat bahawa makanan Malaysia tidak mempunyai identiti tersendiri kerana mempunyai masyarakat majmuk yang berkongsi kepelbagaian cita rasa yang menunjukkan 1 Malaysia.

Makanan tradisional adalah makanan yang biasa didapati oleh masyarakat, dengan citarasa khas yang diterima oleh masyarakat tersebut. Menurut Zahir et al (2016) Makanan tradisional sangat digemari oleh masyarakat yang kaya dengan pelbagai adat dan budaya serta mempunyai pelbagai makanan mengikut kaum di Malaysia. Faiz et al. (2017) berpendapat bahawa Malaysia memegang gelaran "Rice Bowl of Malaysia " kerana makanan tidak akan lengkap sekiranya tidak dihidang Bersama nasi. Makanan tradisional dapat dikelaskan mengikut negeri di Malaysia. Athirah (2013) menyatakan bahawa jenis makanan tradisional di negeri Kelantan adalah Nasi Kerabu. manakala Faizal et al. (2015) mengatakan bahawa jenis makanan tradisional adalah mengikut perayaan dan makanan simbolik kepada sesebuah negeri tersebut.

Kuih muih tradisional adalah makanan yang menjadi penyatu kepada masyarakat Malaysia. Kuih tradisional adalah faktor kepelbagaian budaya dan berlaku variasi kuih yang terdapat kini (Mudiana,2020). Sebagai contoh kuih tradisional yang disebut adalah kuih seri muka,kuih karipap, lepat pisang, kuih koci dan sebagainya. Kuih tradisional ini memberi suatu pembaharuan cara pembuatannya. Hairis (2009) menyatakan bahawa kebanyakan pelancong dari Barat memberi respon yang positif kepada makanan dan kuih tradisional seterusnya berpotensi menjadi produk makanan pelancongan.

2.4 Peniaga Kecil-Kecilan dan Sumbangan

Sebilangan masyarakat Malaysia telah memulakan perniagaan secara mikro selain mendapat keuntungan tujuan utamanya adalah dalam meneruskan kelangsungan hidup. Antara bidang perniagaan yang diceburi adalah dalam menawarkan produk dan perkhidmatan kepada pelanggan. Menurut Rand et. al (2003) dalam konteks industri pelancongan, penubuhan perkhidmatan makanan menjadi kepentingan utama dalam membuka peluang pekerjaan dan menjana ekonomi negara. Sektor pelancongan telah memberi peluang perniagaan kepada para peniaga dalam menjual produk tempatan sekaligus memberi manfaat kepada para peniaga untuk mengembangkan lagi perniagaan mereka (Bessière, 2013).

Peniaga kecil-kecilan mahupun penjaja turut memainkan peranan dalam membantu meningkatkan ekonomi negara. Menurut Menteri Besar Kedah, Dato'Sri Mukhriz, beliau percaya bahawa peniaga ini adalah antara individu yang ingin memperbaiki serta membesarkan perniagaan mereka. Ini sekaligus dapat membuktikan bahawa perniagaan besar sekarang turut bermula dari berniaga secara kecil-kecilan. Manakala menurut (Dato Sri Saifuddin, 2019) industri peniaga kecil-kecilan ini turut memainkan peranan dalam memberi sokongan kepada industri pelancongan di Malaysia. Kenyataan tersebut disokong oleh Ketua Menteri Pulau Pinang, Chow Kon Yeow dengan menyatakan bahawa penjaja ini meyumbang kepada ekonomi mikro bagi sektor pelancongan di Pulau Pinang.

2.4.1 Cabaran Peniaga Kecil-Kecilan

Perniagaan pada masa kini telah mengalami perubahan kerana wujudnya perniagaan atas talian yang menjadi pilihan pelanggan kini. Jadi Perniagaan Kecil Sederhana (PKS) perlu menerima perubahan yang berlaku. Terdapat cabaran yang perlu dihadapi oleh

peniaga kecil-kecilan dalam menstabilkan ekonomi mereka seperti dalam keadaan perniagaan terpaksa diberhentikan buat sementara, jadi bagi aliran tunai masuk juga secara automatik akan terhenti. Jadi, secara langsung perbelanjaan perlu ditanggung sepenuhnya oleh para peniaga ini.

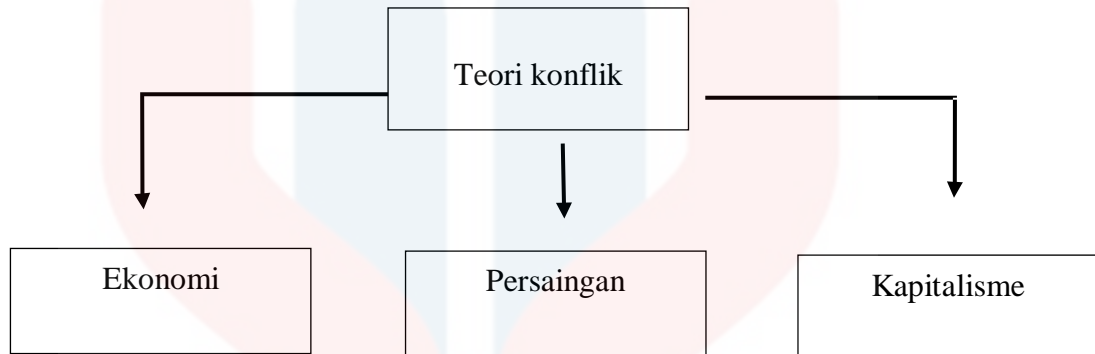
Bagi mengatasi kerugian yang tinggi, pihak kerajaan telah melonggarkan bayaran sewa tapak perniagaan di premis kerajaan. Selain itu, inisiatif lain yang diambil oleh pihak kerajaan adalah tawaran dalam sistem Insurans Pekerjaan. Ini bertujuan membantu peniaga meneruskan perniagaan dan mengelakkan pekerja sedia ada hilang pekerjaan (Anuar et.al 2020). Walau bagaimanapun, wabak Covid-19 telah menyebabkan (PKS) mengalami kerugian sehingga 80 peratus dan memaksa mereka menutup perniagaan secara terus. Hal ini kerana kenaikan kos operasi yang terpaksa ditanggung membuatkan para peniaga kecil-kecilan ini terpaksa menutup perniagaan mereka secara kekal (Muhammad ,2020).

2.5 Teori Konflik dalam Memahami Kesannya terhadap Peniaga Kecil-kecilan

Teori yang digunakan dalam sesuatu kajian berfungsi untuk membantu pengkaji dalam menentu arah kajian agar lebih tertumpu dan berfokus sehingga penghujung kajian. Menurut Marican (2005), memberi definisi teori sebagai sebuah pernyataan umum dan disokong oleh hipotesis yang telah dikukuhkan buktinya. Teori yang digunakan oleh pengkaji di dalam kajian ini adalah teori konflik oleh Karl Marx iaitu berfokus kepada ekonomi secara dasarnya.

Teori konflik adalah berpendapat bahawa masyarakat yang berada dalam keadaan konflik yang secara berterusan akibat daripada persaingan bagi mendapat sumber yang terhad (Karl Marx,1932) Dapat dikaitkan teori tersebut dengan kajian tentang bagaimana kesan ekonomi kepada para peniaga secara kecil-kecilan sepanjang wabak Pandemik Covid-19 yang berlaku di Malaysia. Selain itu teori konflik yang ini

beranggapan bahawa komuniti ini dikawal oleh jawatan yang berpangkat lebih tinggi iaitu merujuk kepada kementerian



Rajah 2.1: Teori konflik dalam memahami kesannya terhadap peniaga kecil-kecilan

Sumber: Google

i) *Ekonomi*

Norma baharu ini telah memberi kesan kepada ekonomi dan sosial masyarakat di seluruh dunia. Menurut Carthy (2003) bercadang bahawa pengalaman krisis yang dihadapi oleh peniaga mendorong agar mereka bertindak dengan lebih rasional dan berusaha membuat perancangan semasa membuat sesebuah keputusan. Peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan ini bergantung kepada sumber-sumber terhad yang dimiliki dalam menstabilkan perniagaan mereka sepanjang pandemik ini berlaku. Terdapat segelintir peniaga kecil-kecilan yang berusaha untuk mengatasi kekangan ekonomi yang dihadapi dalam mengekalkan perniagaan mereka. Sumber-sumber seperti pinjaman bank, tenaga pekerja, harga bahan mentah turut memainkan peranan penting dalam menjamin kestabilan perniagaan yang dijalankan. Menurut Rima et.al (2021) menjadi satu sumber pendapatan kepada peniaga kecil-kecilan dalam berniaga Ketika ekonomi negara mengalami penurunan yang mendadak. Kesan ketara turut dapat dilihat lebih tertumpu kepada peniaga berskala kecil

ii) *Persaingan*

Kerajaan adalah pihak yang perlu memberi perhatian agar para peniaga kecil-kecilan ini dapat menjalani perniagaan mereka seperti biasa bagi menghadapi cabaran Covid-19 pada masa kini. Persaingan yang wujud akibat desakan ekonomi yang merosot menyebabkan peniaga secara kecil-kecilan ini terpaksa bersaing dalam keadaan yang terdesak. Persaingan ini akan menimbulkan persaingan secara tidak sihat seterusnya berlaku penindasan ke atas peniaga kecil-kecilan ini. Inisiatif yang diambil oleh perniagaan yang lebih stabil akan mewujudkan persaingan yang sengit kepada peniaga makanan secara kecil-kecilan.

Seperti dilihat kini, peniaga yang mampu untuk membuat promosi yang hebat bagi perniagaan mereka dalam menarik minat pelanggan turut menjelaskan bagaimana mereka berusaha untuk berada di tahap yang lebih tinggi. Berbanding dengan perniagaan berskala kecil yang tidak mampu untuk mengeluarkan kos yang tinggi dalam mengambil inisiatif baru untuk mempromosikan perniagaan mereka. Selain itu, para peniaga ini perlu lebih peka kepada persekitaran dalam mencari pelanggan. Jelas bahawa peniaga yang mempunyai kelebihan dalam mengembangkan perniagaan mereka seperti penggunaan pengangkutan *Foodtruck* yang dapat memilih lokasi perniagaan yang lebih strategik berbanding peniaga yang berniaga di lokasi yang sama turut dijadikan sebagai persaingan dalam teori konflik ini.

iii) Kapitalisme

Karl Marx menganggap bahawa kapitalisme adalah sebagai sejarah sistem ekonomi yang akhirnya dapat menimbulkan konflik sosial. Menurut Husnul (2021) ciri-ciri kapitalisme ini adalah individu yang bebas dalam melakukan persaingan serta mengawal pasaran sedia ada. Hal ini berlaku pada masa kini iaitu peniaga kecil-kecilan yang kurang mempunyai hak untuk bersuara apabila ditindas oleh perniagaan yang berskala besar. Peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan ini dikawal oleh peniaga yang lebih stabil dan berskala besar dalam penglibatan pasaran sedia ada. Hal ini secara langsung mewujudkan jurang ekonomi antara golongan berpendapatan sederhana dan golongan kaya.

Secara keseluruhannya teori konflik ini digunakan bagi menunjukkan berlakunya sedikit kesan dan implikasi kepada peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan dalam mengatasi kerugian dan penurunan pendapatan seperti sebelum pandemik Covid-19 ini berlaku.

2.8 Penutup

Secara keseluruhannya, bab dua menghuraikan tentang segala kajian lepas yang berkaitan dengan impak covid-19 terhadap para peniaga kecil-kecilan. Kajian-kajian lepas secara umumnya tidak tertumpu kepada skop sesuatu kawasan sebaliknya secara meluas iaitu di kawasan besar. Menyentuh tentang isu utama iaitu wabak Pandemik Covid-19 menjadi skop kajian kepada pengkaji-pengkaji lepas tentang kesan yang dihadapi. Dilihat bagaimana sesebuah negara mengambil langkah dalam menstabilkan sosio-ekonomi dan rakyatnya. Segala pendapat dan panduan yang diberi oleh pengkaji-pengkaji lepas dapat dijadikan rujukan kepada pengkaji agar lebih menumpukan skop kajian terhadap impak pandemik kepada para peniaga makanan secara kecil-kecilan di sekitar Kuala Kedah dengan lebih mendalam.

BAB TIGA

METODOLOGI KAJIAN

3.0 Pengenalan

Bab Tiga membincangkan mengenai kaedah-kaedah yang digunakan dalam pengumpulan data bagi mencapai objektif yang dinyatakan di dalam Bab Satu. Bab ini merangkumi kaedah dan pendekatan kajian, Pengkaji turut menghuraikan tentang kaedah pengumpulan data kaedah analisis data, rekabentuk kajian dan instrumen kajian. Pengkaji menggunakan kaedah campuran atau *mixed method* iaitu pendekatan campuran iaitu pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif.

3.1 Kaedah Pengumpulan Data: Kaedah Campuran

Pengkaji menggunakan kaedah campuran iaitu pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif dalam mendapatkan data. Menurut Johnson (2007) kaedah campuran ini adalah dengan mengabungkan pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif dalam satu kajian yang dijalankan bagi mendapatkan hasil yang diperlukan. Kaedah ini membantu pengkaji untuk mencapai objektif-objektif yang telah ditetapkan dan membolehkan pengkaji untuk mendapat data-data yang diperlukan semasa mengkaji tentang bagaimana Covid-19 memberi impak kepada para peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan di sekitar Kuala Kedah dengan lebih jelas agar semua perkara penting dapat direkodkan sepanjang kajian ini dijalankan.

Menurut Creswell et.al (2011) kelebihan dalam penggunaan pendekatan campuran iaitu kekuatan bagi satu pendekatan dapat mengimbangi kekurangan data daripada pendekatan yang sebaliknya selain itu, melalui pendekatan campuran lebih banyak data yang dapat dibuktikan dengan lebih meyakinkan.

3.1.1 Pendekatan Kualitatif

Bagi pendekatan kualitatif, pengkaji akan bergantung kepada semua pandangan daripada responden dan akan menganalisis secara terperinci. Menurut Hamzah (2017) pendekatan ini berusaha untuk memperolehi maklumat berkualiti dengan memberi tumpuan terhadap sampel yang kecil. Pendekatan kualitatif kajian yang dijalankan harus difokuskan kepada isu tertentu. Jadi pengkaji lebih menfokuskan kaedah kualitatif kepada impak Covid-19 kepada para peniaga makanan kecil-kecilan di sekitar Kuala Kedah. Manakala Jasmi (2012) berpendapat bahawa pendekatan kualitatif adalah untuk memberi keterangan dan pemerhatian yang bukan secara numerikal walaupun terdapat keterangan yang merujuk kepada statistik.

Kaedah pendekatan kualitatif adalah data yang diperolehi daripada responden atau situasi yang dikaji. Menurut (Zalmizy,2014) pengkaji yang menggunakan pendekatan kualitatif lebih untuk mendalami perkara yang dikaji kerana cukup dekat dengan responden yang ditetapkan. Tujuan pendekatan kualitatif ini bukan untuk mencari kesimpulan umum tetapi untuk pemahaman yang lebih mendalam tentang sesuatu yang dikaji. Secara umumnya, pengkaji telah memfokuskan responden bagi kajian ini adalah kepada peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan di sekitar Kuala Kedah. Oleh itu, pendekatan kualitatif digunakan dengan kaedah temubual serta pemerhatian kepada peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan di sekitar Kuala Kedah.

3.1.1 Pendekatan Kuantitatif

Pengkaji turut menggunakan pendekatan kuantitatif bagi mengumpul data yang diperlukan. Menurut Sugiyono (2010) Pendekatan kuantitatif adalah untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Secara umumnya, pengkaji menggunakan pendekatan kuantitatif dalam memperoleh data daripada responden iaitu melalui soal selidik yang telah diserahkan kepada sampel kajian yang ditetapkan. Menurut Nana (2005)

pendekatan kuantitatif adalah data diperoleh dalam bentuk angka yang dapat diukur. Dalam kajian ini, pengkaji menggunakan pendekatan kuantitatif dalam mengenalpastikan makanan yang dijual oleh peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan di sekitar Kuala Kedah dan inisiatif yang diambil oleh para peniaga sepanjang pandemik Covid-19 ini berlaku.

Menurut Mazli (2019) pendekatan kuantitatif adalah dengan mengumpul data secara bilangan sebagai pengukur dan statistik. Melalui pendekatan ini, pengkaji mendapat daripada kaedah soal selidik kepada responden sekaligus mendapat data numerikal yang dapat dianalisis dan bentuk soalan soal selidik adalah soalan tertutup. Bagi soalan jenis tertutup ini memudahkan responden untuk menjawab soalan yang telah disediakan pada borang soal selidik. Hasil dari data ini dapat membantu pengkaji bagi mencapai objektif yang telah ditetapkan. Data dari pendekatan kuantitatif ini dianalisis menggunakan data analisis deskriptif statistik iaitu bagi menerangkan data serta meringkaskan populasi yang diperoleh. Hasil yang diperoleh akan dipersembahkan dalam bentuk jadual, graf dan carta untuk menerangkan keadaan dan menyampaikan data.

3.2 Sumber Data Kajian

Sumber data kajian adalah cara yang akan digunakan oleh pengkaji dalam memperolehi data-data yang diperlukan dengan lebih tepat. Data-data ini dipecahkan kepada dua iaitu data primer dan data sekunder. Terdapat beberapa kaedah yang dianggap bersesuaian untuk digunakan pengkaji iaitu:

3.2.1 Data Primer

Data primer merupakan data yang diperolehi secara langsung daripada responden dengan menggunakan kaedah kajian yang telah ditetapkan. Menurut Huzaifah et.al (2012) data primer adalah data yang diperolehi secara langsung oleh informasi selain dikenali sebagai "data tangan pertama".

Bagi pengumpulan data secara primer, pengkaji akan menggunakan kaedah pemerhatian iaitu melihat secara langsung situasi yang dialami oleh para peniaga kecil-kecilan ini semasa tempoh perniagaan yang sedang dijalankan. Bagi data primer yang kedua adalah kaedah temubual secara mendalam, pengkaji menemubual seramai 10 responden iaitu peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan yang terkesan sepanjang Pandemik Covid-19 ini

a) *Pemerhatian*

Kaedah pemerhatian ini dipecahkan kepada dua iaitu, pemerhatian secara terus dan pemerhatian melalui penglibatan. Menurut Jasmi (2012) pemerhatian secara terus ini tidak akan melibatkan komunikasi antara responden sebaliknya akan melakukan menggunakan persepsi setelah mengamati sesebuah situasi dalam kata lain, kaedah ini tidak akan melibatkan sebarang komunikasi secara terus. Manakala bagi kaedah pemerhatian melalui penglibatan adalah dengan melibatkan diri dengan masyarakat yang akan dikaji bagi memahami dengan lebih jelas tentang sesuatu isu yang akan diketengahkan.

Pengkaji akan menggunakan kaedah pemerhatian secara terus iaitu dengan pemerhatian dalam waktu yang singkat. Pengkaji akan mengambil masa selama beberapa jam untuk memerhatikan situasi yang berlaku dalam menjelaskan isu tentang impak Covid-19 terhadap para peniaga peniaga kecil kecilan ini. Pengkaji akan

menggunakan pemerhatian secara terus iaitu dengan tidak melibatkan komunikasi antara para peniaga di sekitar kawasan Kuala Kedah ini sebaliknya akan melihat situasi yang perlu diperhatikan dan akan membuat kesimpulan akhir selepas mencatat segala yang dianggap sebagai data yang diperlukan.

Pengkaji menggunakan kamera dalam menfotokan bahan-bahan yang diperlukan sepanjang pemerhatian dijalankan. Sebagai contoh, pengkaji akan menggunakan kamera untuk mengambil gambar bilangan dan jumlah pelanggan yang ada di sesebuah kedai makan para peniaga makanan warisan dalam membuat perbandingan terhadap jumlah pelancong yang tiba di sesebuah gerai milik peniaga makanan tersebut.

b) Temubual

Kaedah temubual merupakan salah satu kaedah yang penting dan mempunyai jawapan yang lebih jelas kerana pengkaji memperolehi data dan maklumat secara terus daripada responden yang dikaji. Menurut Jasmi (2012) temubual terbahagi kepada dua iaitu, secara mendalam dan temubual kumpulan fokus. Bagi temubual mendalam adalah tentang bagaimana segala yang dikongsikan oleh responden kepada pengkaji akan dicatat. Dalam temubual secara mendalam ini, pengkaji berpeluang untuk memberi penerangan secara terperinci tentang kajian yang dijalankan dan dapat bertukar pendapat dengan responden kerana sampel yang digunakan lebih.

Manakala, bagi temubual kumpulan fokus adalah teknik yang akan memilih sekumpulan responden yang mempunyai kes kajian yang sama dalam mengadakan perbincangan. Dalam perbincangan ini, akan berlaku pertukaran pendapat dan pengalaman daripada responden (Jasmi,2012). Seorang pemudah cara atau fasilitator akan mengawal dan menentukan hala tuju perbincangan yang akan berlaku. Pengkaji menggunakan alat perakam suara bagi merekod segala temu bual yang dibuat bersama responden yang terlibat. Instrumen ini secara langsung membantu dalam memberi

tumpuan kepada pengkaji untuk mencatat segala maklumat- maklumat penting yang dapat digunakan dalam kajian yang sedang dijalankan.

Pengkaji memilih untuk menggunakan temubual secara mendalam dengan responden yang akan dipilih bagi mengumpul data-data tentang kajian yang akan dijalankan iaitu impak Covid-19 ini kepada peniaga makanan tradisi secara kecil-kecilan. Pengkaji akan menanyakan secara langsung kepada para peniaga makanan tradisi secara kecil-kecilan ini tentang bagaimana mereka atasi kerugian mereka akibat daripada *Prosedur Operasi Standard* (SOP) yang telah ditetapkan semasa PKP yang dilaksanakan ini.

c) Tinjauan

Pengkaji menggunakan kaedah soal selidik kerana melibatkan populasi yang besar iaitu peniaga makanan tradisional di sekitar Kawasan Kuala Kedah. Menurut Zikri (2017) soal selidik penting dalam mengumpul hasil dan cepat mendapatkan data yang diperlukan. Kaedah soal selidik ini dibahagikan kepada lima bahagian iaitu Bahagian A, Bahagian B, Bahagian C, Bahagian D dan Bahagian E. Kesemua bahagian ini dipecahkan mengikut sub tajuk bagi menyokong data dalam mencapai objektif yang ditetapkan. Pengkaji menggunakan skala jawapan dari skala 1 hingga skala 5 bagi memudahkan responden untuk menanda soalan yang disediakan skala 1 hingga 5 itu terdiri daripada:

1. Sangat tidak setuju
2. Kurang setuju
3. Tidak pasti
4. Setuju
5. Sangat setuju

3.2.2) *Data Sekunder*

Data sekunder merupakan sumber yang telah di buku dan diterbitkan untuk tujuan rujukan. Data ini diperolehi melalui carian sumber bahan ilmiah, rujukan dan pencarian. Jadi, data sekunder ini tidak langsung diperolehi dari peneliti dari sesuatu subjek penelitiannya. Menurut Sugiyono (2016) data sekunder adalah sumber yang berfungsi sebagai alat yang dalam melengkapi data primer iaitu rujukan yang diperlukan dalam menyokong data primer.

Pengkaji membuat rujukan dan pencarian data secara dalam talian seperti e-journal, rujukan daripada buku-buku penulisan dan berita-berita bernama untuk mendapatkan isu semasa berkaitan iaitu isu Covid-19 yang dikira kes baharu yang berlaku di seluruh dunia. Selain itu pengkaji juga menggunakan laman sesawang seperti Google Scholar, ResearchGate dan Jstor. Dengan sokongan dari data sekunder, pengkaji dapat memperoleh data-data yang penting terutama dalam mencari sorotan kajian tentang topik-topik yang dibincangkan iaitu impak Covid-19 terhadap peniaga makanan secara kecil-kecilan di Kuala Kedah.

3.3 Pensampelan Kajian

Pensampelan adalah satu proses yang memilih kelompok responden dalam sesebuah populasi. Penggunaan pensampelan ini adalah bertujuan memudahkan pengkaji dalam menentukan berapa dan siapa responden yang sesuai dalam menjalani kajian yang dijalankan. Menurut Aripin et.al (2014) pengkaji perlu membuat pertimbangan sendiri dalam memilih responden yang paling sesuai dalam membantu pengkaji semasa kajian dijalankan. Dengan cara ini, maklumat yang diperolehi oleh pengkaji dapat dipertingkatkan dan ditambah nilainya seperti yang diinginkan oleh pengkaji itu sendiri. Tujuan pensampelan kajian ini diadakan adalah untuk memperolehi maklumat tentang sesebuah populasi iaitu masyarakat, institusi mahupun tempat atau fenomena.

Pensampelan ini dapat mencerminkan populasi dari segi pemboleh ubah yang berlaku dan dapat diperhatikan dengan lebih jelas oleh pengkaji. Menurut Azhari et.al (2017) sampel yang boleh mewakili pemboleh ubah adalah hasil dari pemilihan pensampelan yang baik. Sampel yang dipilih oleh pengkaji dalam mencapai objektif yang disasarkan adalah para peniaga makanan secara kecil-kecilan di sekitar kawasan Kuala Kedah. Pengkaji menemubual seramai 10 orang responden dalam kalangan peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan yang mengalami impak daripada Pandemik ini.

Dalam langkah pensampelan, terdapat dua jenis iaitu pensampelan secara rawak dan pensampelan secara tidak rawak. Bagi pensampelan tidak rawak, pengkaji memilih untuk menggunakan teknik "*Snowball Sampling*" atau dikenali sebagai teknik Pensampelan Bola Salji. Menurut Zainuddin (2015) pensampelan bola salji ini adalah dari jumlah yang kecil dan akan membesar selepas dikembangkan respondennya. Teknik pensampelan ini akan diulangi prosesnya sehingga sampel dianggap mencukupi. Semasa menjalankan kajian, pengkaji memilih sampel yang memiliki taburan tempat yang tidak berkelompok kerana peniaga kecil-kecilan pada kawasan berbeza. Kaedah ini digunakan oleh pengkaji bagi setiap peniaga kecil-kecilan mengikut kampung masing-masing.

Jadual 3.1: Responden bagi temubual peniaga makanan tradisional di sekitar Kuala Kedah

Sumber:kajian lapangan,2021

Responden	Makanan yang dijual
Responden 1	Makanan sarapan pagi
Responden 2	Nasi lemak
Responden 3	Laksa,laksam,bihun sup,abc,cendol
Responden 4	Satay
Responden 5	Kuih keria
Responden 6	Rojak buah
Responden 7	Donut,popia goreng, popia basah,karipap
Responden 8	Bihup sup
Responden 9	Pisang goreng
Responden 10	Nasi berlauk, makanan bergoreng

3.4 Analisis Kajian

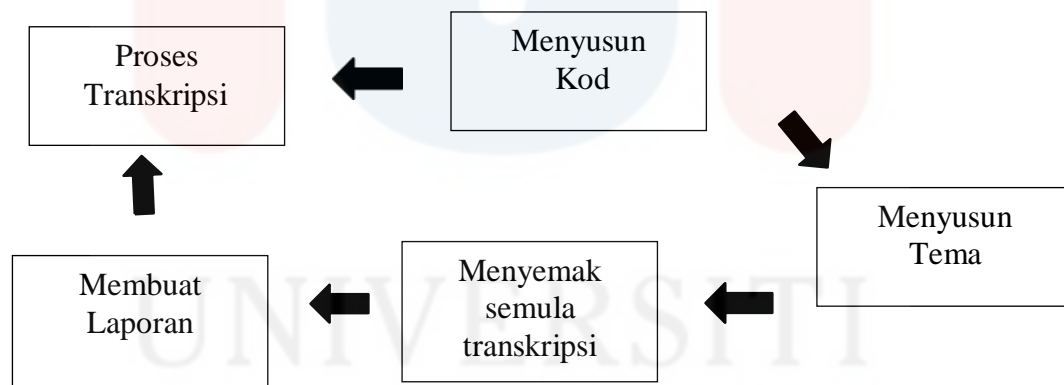
Analisis data adalah kaedah yang digunakan oleh pengkaji dalam memberi makna kepada data yang telah dikumpulkan. Menurut Moleong et.al (2002) analisis data adalah proses menyusun urutan data mengikut kategori dan cara penerangannya secara terperinci. Manakala Menurut Yusof (2009) analisis data adalah proses yang memperincikan percubaan formal untuk mencari tema dan merumuskan idea seperti yang terdapat dalam data. Selain dalam usaha untuk memberikan bantuan kepada tema dan hipotesis tersebut. Tujuan analisis data adalah untuk menerangkan data sehingga dapat difahami, kemudian membuat kesimpulan.

Pengkaji menggunakan dua analisis data iaitu analisis tematik dan analisis data deskriptif bagi menganalisis data-data yang diperolehi hasil daripada pendekatan kaedah campuran.

3.4.1 Analisis Data Tematik

Analisis tematik menurut Braun & Clarke (2006) adalah proses mengenalpasti corak dan tema dalam data kualitatif. Terdapat banyak cara berbeza untuk mendekati analisis tematik (Javadi&Zarea,2016). antara matlamat bagi penggunaan analisis tematik adalah mengenalpasti tema, menggunakan tema-tema tertentu untuk meneruskan penyelidikan, memperjelaskan sesuatu isu dan bertujuan untuk meringkaskan serta mentafsir dengan lebih terperinci.

Pengkaji menggunakan pendekatan analisis tematik iaitu langkah dalam menganalisis data-data yang diperolehi. Terdapat lima langkah utama dalam menggunakan analisis tematik, iaitu:



Rajah 3.1: Carta Alir bagi Proses Analisis Data Tematik

a) Proses Transkripsi

	mana sebelum ngn selepas covid ni pastu tanya makanan tradisional sbb taiuk sava pasai impak covid ni dekat pniaga makanan tradisional ngn jenis-jenis peniaga jual.
B:	Oo haa insha allah laa boleh.
A:	Nak tanya akak memang saja ja laa nak berniaga nasi lemak dulu? Time kt khemah putih dulu? Ke mmg akak dah lama start niaga?
B:	Dulu duk ikut pak menakan niaga air balang area depan sk menengah kubang rotan. Duk ikut dia jaa la pastu mak menakan bagi la idea buat nasi lemak pagi-pagi bukak meja ja depan rumah boleh dah sebab budak-budak mak pak nk hantar anak mesti depa duk singgah kan.
A:	Oo dulu niaga air balang jaa, air balang pun lakuu kak modal tak banyak sama en guna tak habis tak membazir kos sangat. Memang mak menakan akak niaga nasi lemak jugak laa kiranya?
B:	Dak aih dia saja dok suggest bagitau kt akak. Pastu alang-alang try laa bagitaw kt mak akak nak try niaga nasi lemak. Dia kata boleh laa buat laa dia laa dok buat mula mula, pastu abang akak laa yg duk jumpa sewa tapak kat khemah putih area kedai Zaf tu. Start tu laa akak niaga nasi lemak.
A:	Ooo try laa kiranya bagus laa boleh ada sampai laa. Kira nasi lemak mmg bungkus siap siap laa time tu? Ka camna?
B:	Dak aih nasi lemak tunjuk gitu gitu nak lauk apa. Baru akak

Rajah 3.2: Proses transkripsi

Pengkaji memulakan proses ini dengan proses transkrip iaitu memindahkan data daripada bentuk digital kepada bentuk penulisan. Pengkaji menyalin semula struktur dari audio yang digunakan untuk merekod jawapan responden yang ditemuramah dan menyalin semula supaya lebih tersusun dan mudah difahami. Penggunaan rekod audio adalah penting dalam mengelakkan berlaku kecaciran maklumat sepanjang temubual dijalankan



b) Menyusun kod

B:	Oo haa insha allah laa boleh.	iffamadzari98@g... 2021-12-15 00:08
A:	Nak tanya akak memang saia ja laa nak berniaga nasi lemak dulu? Time kt khemah putih dulu? Ke mmg akak dah lama start niaga?	Comment[18]: Lokasi pemiagaan (sebelum
B:	Dulu duk ikut pak menekan niaga air balang area depan sk menengah kubang rotan. Duk ikut dia jaa la pastu mak menekan bagi la idea buat nasi lemak pagi -pagi bukak meja ja depan rumah boleh dah sebab budak-budak mak pak nk hantar anak mesti depa duk singgah kan.	Comment[19]: Idea berniaga
A:	Oo dulu niaga air balang jaa, air balang pun lakuu kak modal tak banyak sama en guna tak habis tak membazir kos sangat. Memang mak menekan akak niaga nasi lemak jugak laa kiranya?	Comment[20]: Sasaran pelanggan (sebelum
B:	Dak aih dia saja dok suggest bagitau kt akak. Pastu alang-alang try laa bagitaw kt mak akak nak try niaga nasi lemak. Dia kata boleh laa buat laa dia laa dok buat mula mula, pastu abang akak laa yg duk jumpa sewa tapak kat khemah putih area kedai Zaf tu. Start tu laa akak niaga nasi lemak.	Comment[21]: Sokongan keluarga
A:	Ooo try laa kiranya bagus laa boleh ada sampai laa. Kira nasi lemak mmg bungkus siap siap laa time tu? Ka camna?	Comment[22]: Kawasan pemiagaan (awal
B:	Dak aih nasi lemak tunjuk gitu gitu nak lauk apa. Baru akak bungkus kat depa. Ada laa 3 4 lauk lepaih macam ayam masak merah gitu gitu pastu ada buat telur sambal, sambal bilih, sambal sotong gitu ja laa. Dah mai sini bukak kedai ambik bekas org ja, mak akak pun tak smpat nak masak sangat dah. Dia pun tak kuat macam dulu dah. Buat kuih kuih gitu jaa yg mudah-mudah. Lain lain memang akak ambik upah sikit beda jual bekas bekas orang letak gini.	Comment[23]: Pemiagaan yang dijalankan
A:	Oo makcik laa yang duk masak time tu? Ya laa banyak enn lauk nk mnyempat tu dak sangat dah laa. Kuih tu akak buat kuih apa? Banyak jenis jugak laa buat kuih?	Comment[24]: Sub-service (sebelum pandemik)

Rajah 3.3: Proses pengkodan data

Pengkaji membuat pengkelasan dengan mencari perkataan dan kata kunci yang sama bagi mendapat sesebuah kod yang diperlukan. Setelah menetapkan kod yang telah dihasilkan, pengkaji akan mula menulis semula perkataan tersebut bagi mendapat idea dalam menjawab objektif kajian yang dijalankan

c) Menyusun tema

Impak pandemik terhadap perniagaan	Impak pandemik terhadap perniagaan
<p>wasan perniagaan (sebelum pandemik)</p> <ol style="list-style-type: none"> Berhampiran kedai runcit Jalan pegawai Pasar malam Pasar tani Hadapan sekolah Tepi sekolah Berniaga di rumah mertua Hadapan rumah premis <p>wasan perniagaan (semasa pandemik)</p> <ol style="list-style-type: none"> Hadapan rumah Tumpang kedai orang pasar malam Kuala kedah pasar malam taman Bersatu pasar tani (ahad hingga rabu) pasar pagi tepi jalan tepi jalan hadapan sekolah food court taman bersatu <p>niagaan yang dijalankan sebelumnya (sebelum pandemik)</p> <ol style="list-style-type: none"> Menjual nasi lemak Ambik tempahan jamuan budak sekolah Hidangan berlauk Tempahan nasi lemak Berniaga secara kecil-kecilan 	<ol style="list-style-type: none"> Tutup perniagaan selama 8 bulan Palangan tak boleh makan dekat kedai (awal PKP) Penurunan hasil jualan Kurang tempahan Tiada majlis besar Tiada kenduri khawin Tiada majlis perpindahan guru Tutup perniagaan selama 4 bulan Berniaga secara bungkusan sabaja Tak mariah macam dulu Tiada tempahan kenduri besar-besaran Tutup sementara Perubahan persekitaran sekeliling Kurang aktiviti sosial masyarakat (orang masjid kurang) Perlu memilih lokasi yang lebih strategik (foodtruck) SOP yang membataskan pelanggan dan peniaga berurusan Tutup buat sementara Palangan tak dapat makan di kedai awal PKP Bukak sampai petang sabaja Berhenti berniaga pada bulan 12 tahun 2020 <p>Tabap kesan pandemik dirasai</p>

Rajah 3.4: Proses menyenaraikan tema

Idea-idea yang telah dikeluarkan oleh pengkaji akan dikumpulkan dibawah satu tema utama. Pengkaji akan menyenaraikan tema-tema yang dapat dijelaskan melalui hasil dari responden, lalu memilih tema yang paling sesuai dengan kajian yang dijalankan.

c)Menyemak semula transkripsi

Pengkaji menyemak semula transkripsi bagi mengelak kecaciran maklumat yang penting dalam mencipta idea untuk menulis laporan akhir.

d)Membuat laporan

Pengkaji akan mengaitkan semua idea dan tema yang merupakan bahagian penting dalam penyediaan laporan akhir kajian. Pengkaji akan memberi penjelasan tentang kaedah yang digunakan, apakah hasil yang dapat dibincangkan serta implikasi yang dihadapi semasa memperolehi data-data terutama daripada responden. Selepas pengkaji menggunakan kaedah triangulasi dan telah mempunyai analisis data yang tepat.

Triangulasi adalah kaedah yang bersifat subjektif dalam meningkatkan kesahan data yang dikumpul (Othman,2012).

3.4.2 Analisis Deskriptif: Kajian Kuantitatif

Selain itu, pengkaji menggunakan analisis deskriptif bagi menganalisis data yang diperolehi daripada pendekatan kuantitatif. Menurut Ghozali (2009) analisis deskriptif ialah kaedah analisis statistik yang bertujuan untuk memberikan penerangan atau huraian tentang subjek kajian yang dilihat dari nilai rata (*mean*) hasil dari minimum, medium dan maximum. Pengkaji memperoleh nilai ini dengan menggunakan analisis deskriptif pada borang soal selidik. Soal selidik tertutup ini dibahagikan kepada tujuh bahagian iaitu dari bahagian A ke bahagian G.

Pada bahagian A, pengkaji menyediakan soalan berbentuk demografi responden iaitu latar belakang yang wajib dijawab responden. Bagi bahagian B adalah tentang jenis-jenis makanan yang dijual oleh peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan. Pada bahagian C adalah berkaitan dengan Kesan pandemik kepada peniaga makanan ini. Manakala bahagian D adalah norma baharu bagi peniaga ini. Masuk kepada bahagian E iaitu trend penjualan makanan dalam kalangan peniaga makanan tradisional dan bahagian F adalah kaedah yang digunakan dalam mempromosikan perniagaan mereka. Bagi bahagian terakhir iaitu bahagian G adalah sebarang bentuk permohonan yang dilakukan oleh para peniaga kepada pihak kerajaan.

3.5 Penutup

Pada akhir bab ini, pengkaji akan menghuraikan metodologi kajian yang digunakan dalam kajian tentang impak Pandemik Covid-19 kepada peniaga makanan kecil-kecilan di sekitar Kuala Kedah. Pendekatan yang digunakan oleh pengkaji iaitu pendekatan kaedah campuran iaitu pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif. Selain itu, pengkaji akan melihat bagaimana hasil data yang dikumpul dan analisis bagi mendapat kesahihan serta data yang mencukupi bagi menyiapkan kajian yang dijalankan. Kaedah-kaedah yang digunakan ini sekaligus akan memudahkan pengkaji untuk menentukan data yang diperolehi melalui banyak sumber dan hasil kaedah yang digunakan kepada kedua-dua pendekatan ini

MALAYSIA

KELANTAN

BAB 4

DAPATAN KAJIAN DAN PERBINCANGAN

4.0 Pengenalan

Bab ini menerangkan tentang semua data kajian yang dijalankan melalui kaedah tinjauan, temubual dan pemerhatian akan dilaporkan. Data yang diperolehi dihuraikan kepada lima tema iaitu profil demografi, makanan yang dijual oleh para peniaga makanan tradisional, lokasi operasi perniagaan, impak yang dihadapi oleh para peniaga dan inisiatif yang diambil oleh para peniaga ini dalam mengatasi impak pandemik ini.

4.1 Profil Demografi

Seramai 110 orang responden peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan sendiri.

Bahagian A merangkumi seperti yang dibawah:

4.1.1 Umur

Jadual 4.1 Demografi Tentang Umur Peniaga
Sumber: Kajian Lapangan,2021

	Kategori	Jumlah	Peratus
Umur	19 tahun ke bawah	11	10%
	20-29 tahun	40	36.4%
	30-49 tahun	31	28.2%
	50-59 tahun	22	20%
	60 tahun ke atas	6	5.45%

Menurut jadual 4.1 peratusan umur tertinggi peniaga adalah seramai 40 orang dari lingkungan umur 20-29 tahun sebanyak 34.37% manakala yang paling sedikit peratusan umur responden yang berniaga makanan tradisional di sekitar Kuala Kedah adalah seramai 6 orang dari lingkungan umur 60 tahun ke atas iaitu sebanyak 5.45%. umur responden yang kedua tertinggi adalah berumur lingkungan 30-49 dengan sebanyak 28.2%, diikuti dengan lingkungan 50-59 tahun iaitu 20% dan kedua sedikit bilangan responden yang berniaga di sekitar Kuala Kedah selepas golongan berumur 60 tahun adalah golongan 19 tahun ke bawah dengan seramai 11 orang atau 10% sahaja.

4.1.1 Status Perkahwinan

Jadual 4.2 Status Perkahwinan Responden
Sumber: Kajian Lapangan,2021

Kategori		Jumlah	Peratus
Status Perkahwinan	Bujang	43	39.1%
	kahwin	67	60.9%

Status responden yang menjawab soal selidik mendapati ramai yang telah berkahwin iaitu seramai 67 responden dengan peratusan sebanyak 60.9%, dibandingkan dengan responden yang masih bujang dengan bilangan seramai 43 responden atau peratusan sebanyak 39.1%.

4.1.2 Tempoh Perniagaan yang Dijalankan

Jadual 4.3: Tempoh Perniagaan yang Dijalankan
Sumber: Kajian Lapangan,2021

Kategori		Jumlah	Peratus
Tempoh Perniagaan Yang Dijalankan	Kurang dari 1 tahun	11	10%
	1-2 tahun	22	20%
	3-4 tahun	50	45.5%
	5 tahun ke atas	27	24.5%

Tempoh perniagaan responden telah dikelaskan kepada empat bahagian iaitu kurang dari 1 tahun, 1-2 tahun perniagaan, 3-4 tahun perniagaan dan perniagaan yang telah beroperasi selama lebih 5 tahun. Hasil dari data yang diperolehi mendapati bahawa usia perniagaan yang dijalankan oleh responden adalah dalam kategori 3-4 tahun perniagaan iaitu seramai 50 orang peniaga yang menjalankan operasi perniagaan atau sebanyak 45.5%. data ini dapat dikukuhkan dengan keratan akhbar dari MalaysiaKini, (2020) tentang seorang persara posmen yang membuka perniagaan secara kecilan dengan menjual kuih muih di hadapan rumahnya. Selain itu, kuih yang dijual beliau merupakan air tangan golongan muda di kawasan tempat tinggal beliau.

Dapat dijelaskan disini bahawa pengalaman orang dewasa itu dapat menjadi pembangkit dan tunjuk ajar kepada golongan muda yang ingin menceburi bidang perniagaan. Seterusnya diikuti dengan bilangan peniaga yang membuka perniagaan makanan tradisional mereka dengan tempoh 5 tahun ke atas iaitu seramai 27 peniaga dengan peratusan sebanyak 24.5%. bagi usia perniagaan yang dijalankan oleh responden yang paling sedikit bilangannya adalah dalam kategori kurang dari 1 tahun iaitu hanya sebanyak 11 orang peniaga dengan peratusan sebanyak 10%. Kedua sedikit bilangannya adalah dalam usia 1-2 tahun iaitu sebanyak 22 orang peniaga dengan peratusan 20%.

4.1.3 Anggaran Hasil Bulanan Sebelum Pandemik

Jadual 4.4: Hasil Anggaran Pendapatan Bulanan Responden

Anggaran Pendapatan Hasil Bulanan Sebelum Pandemi	Bilangan peniaga	Peratusan (%)
RM 500 ke bawah	9	5.5%
RM 501- RM 1000	14	12.8%
RM 1001- RM1500	18	16.4%
RM 1501-RM 2000	15	13.4%
RM 2001-RM 2500	13	11.8%
RM 2501-RM3000	22	20%
RM 3000 ke atas	19	17.3%

Demografi responden seterusnya iaitu anggaran pendapatan hasil bulan para peniaga sebelum pandemik ini berlaku, dikelaskan kepada 7 pecahan anggaran pendapatan mereka. Anggaran hasil pendapatan yang mempunyai ramai peniaga adalah RM2501-RM3000 iaitu seramai 22 orang responden dengan peratusan 20%. Anggaran hasil bulan yang paling sedikit adalah RM500 kebawah iaitu hanya 9 orang responden dengan nilai peratusan 5.5% peniaga sahaja yang memperolehi anggaran pendapatan. Kedua tertinggi anggaran pendapatan hasil bulanan peniaga makanan tradisional ini adalah dengan pendapatan RM3000 iaitu dengan 17.3% seramai 19 orang responden yang berjaya memperolehi lebih dari hasil ini. Seterusnya, anggaran bagi RM1001-

RM 1500 iaitu seramai 18 orang responden dengan peratusan 16.4%. diikuti RM1501-RM2000 dengan 13.4% iaitu 15 orang responden. Bagi anggaran hasil pendapatan RM501-RM1000 didapati seramai 14 orang responden dengan nilai peratusan 12.8%. manakala bagi anggaran pendapatan RM2001-RM2500 dicatatkan seramai 13 orang responden dengan 11.8%.

4.2 Jenis Makanan Tradisional yang Dijual

Jenis makanan tradisional yang dijual oleh peniaga makanan tradisional ini diperolehi daripada responden secara soal selidik pada bahagian B dan soalan yang diajukan kepada 10 orang responden melalui kaedah temubual. Bahagian ini menghuraikan tentang jenis-jenis makanan yang dijual oleh responden dalam konteks makanan tradisional. Pengkaji membahagikan kepada 4 pengkelasan makanan tradisional iaitu sarapan pagi, makanan tengah hari, makanan petang dan kuih muih. Pengkaji turut membuka ruangan jawapan tambahan kepada responden sekiranya makanan yang dijual mereka tidak disenaraikan. Hasil daripada soal selidik kepada 110 responden mendapati makanan yang banyak dijual oleh peniaga kecil-kecilan ini seperti berikut.

4.2.1 Makanan Sarapan Pagi yang Dijual

Jadual 4.5: Makanan Sarapan Pagi Yang Dijual Oleh Peniaga Makanan Tradisional Secara Kecil-Kecilan di Kuala Kedah
Sumber: Kajian Lapangan, 2021

Makanan sarapan pagi	Bilangan Peniaga Makanan	Peratus (%)
Nasi Lemak	44	40%
Roti Jala	36	32.7%
Roti Canai	34	30.9%
Pulut Kuning	31	28.2%
Pek Nga	29	26.4%
Pulut Ikan Masin	24	21.8%
Tapai Pulut	17	15.5%
Nasi Kerabu	3	2.7%
Bubur Nasi Ayam	5	4.5%
Nasi Dagang	3	2.7%

Makanan sarapan pagi yang dijual oleh pengkaji mendapati makanan yang paling banyak dijual di sekitar Kuala Kedah adalah nasi lemak iaitu seramai 44 orang peniaga yang menjalankan perniagaan nasi lemak dengan 40%. Menurut (Mognard et al. 2019) nasi lemak adalah hidangan kebangsaan dan turut terdapat di negara Asia lain sebagai makanan promosi dalam meneguhkan identiti Malaysia. Makanan sarapan kedua yang terbanyak adalah roti jala iaitu 32.7% dengan seramai 36 bilangan peniaga.

Makanan tradisional yang paling sedikit dijual bagi kategori makanan sarapan pagi adalah nasi kerabu dan nasi dagang yang masing-masing hanya terdapat 3 orang peniaga sahaja dengan 2.7%. Pengkaji dapat membuktikan bahawa makanan yang paling kurang dijual oleh peniaga makanan tradisional di sekitar kawasan Kuala Kedah ini adalah kerana nasi dagang dan nasi kerabu merupakan makanan tradisi orang Pantai Timur iaitu Kelantan dan Terengganu. Menurut (Norazmi, et al.,2012) makanan tradisional merupakan sebagai identiti tertentu dimiliki oleh masyarakat dan etnik tertentu. Seterusnya roti canai iaitu seramai 34 orang peniaga yang berniaga dengan peratusan sebanyak 30.9%. Bagi sarapan Peknga iaitu 29 orang peniaga, iaitu sebanyak 26.4%. Dapat disokong oleh laman web makanan iaitu Saji, yang menyatakan bahawa makanan Peknga merupakan makanan menjadi hidangan tradisi bagi seluruh masyarakat Kedah dan hampir terdapat di kesemua kawasan negeri Kedah.

UNIVERSITI
MALAYSIA

KELANTAN

Kemudian, makanan pagi pulut ikan masin seramai 24 orang peniaga yang menjualnya disekitar Kuala Kedah dengan 21.8%. Selain tapai pulut iaitu seramai 17 orang peniaga dengan peratusan sebanyak 15.5%. Seterusnya bubur nasi ayam 4.5% dengan 5 orang peniaga. Jelas sebab peniaga bubur nasi ayam paling sedikit adalah kerana nasi bubur ini adalah paling mudah untuk dilakukan dan pelanggan boleh membuatnya sendiri dirumah. Kenyataan ini disokong oleh (Nur,2019) yang menyatakan bahawa bubur ayam yang dibuat sendiri lebih sedap dan puas hati kerana bahan yang ingin diletakkan dalam bubur nasi ayam itu mengikut citarasa selain kos yang digunakan tidaklah begitu mahal berbanding membelinya.

4.2.2 Kuih-Muih Yang Dijual

Jadual 4.6: Jenis Kuih Muih Yang Dijual Oleh Peniaga Makanan Tradisional Secara Kecil-Kecilan Di Kuala Kedah
Sumber: Kajian Lapangan,2021

Kuih-Muih	Bilangan Peniaga Makanan	Peratus (%)
Kuih Cara	26	26.6%
Kuih Keria	31	28.2%
Kuih Seri Muka	38	34.5%
Ondeh-Ondeh	30	27.3%
Kuih Bingka	21	19.1%
Cucur Peneram	21	19.1%
Kuih Dangai	25	22.7%
Seri Kaya	21	19.1%
Apam Balik	18	16.4%
Karipap	23	20.9%
Lepat Pisang	22	20%
Kuih Bingka Ubi	17	15.5%
Kuih Koci	14	12.7%
Kuih Tepung Gomak	10	9.1%
Kuih Lapis	19	20.1%
Popia Goreng	37	33.6%

Bagi makanan kategori kuih-muih yang dijual oleh para peniaga makanan tradisional di sekitar Kuala Kedah pengkaji mendapati kuih seri muka, popia goreng, kuih keria dan ondeh-ondeh merupakan kuih yang paling banyak dijual oleh para peniaga, kuih seri muka sebanyak 38 bilangan peniaga (28.2%), Kuih seri muka didapati sangat laris dalam kalangan penduduk di sekitar Kuala Kedah. Menurut Afandy (2014) kuih seri muka ini digemari oleh semua golongan hari ini kerana keenakannya. Popia goreng dengan 37 orang peniaga (33.6%), dan kuih keria dengan 31 bilangan peniaga (27.3%). Bagi kuih yang mempunyai bilangan peniaga yang rendah adalah kuih tepung gomak dengan 10 bilangan peniaga (9.1%). Diikuti kuih Koci, 14 bilangan peniaga (12.7%), kuih Bingka Ubi dengan 17 bilangan peniaga (15.5%), apam balik dengan bilangan peniaga seramai 18 orang (16.4%) dan kuih lapis dengan bilangan peniaga sebanyak 19 orang (20.1%). Bagi kuih-muih yang mempunyai bilangan peniaga lebih dari 20 orang adalah peniaga yang menjual Kuih Cara, Kuih Dangai, Karipap, Lepat Pisang dan Kuih Bingka, Cucur Peneram dan Seri Kaya. Bagi kuih cara seramai 26 bilangan peniaga (26.6%), kuih dangai 25 orang peniaga (22.7%) Karipap dengan 23 bilangan peniaga (20.9%) kuih lepat pisang dengan 22 orang peniaga (20%) manakala bagi Kuih Bingka, Cucur Peneram dan Kuih Seri Kaya masing-masing mempunyai 21 orang bilangan peniaga (19.1%).

4.2.3 Makanan Tengah Hari yang Dijual

Jadual 4.7: Jenis Makanan Tengah Hari Yang Dijual Oleh Para Peniaga Makanan Tradisional di Kuala Kedah

Sumber: Kajian Lapangan,2021

Makanan Tengah Hari	Jumlah Peniaga Makanan	Peratus
Nasi Ayam	38	34.5%
Daging Bakar	21	19.1%
Nasi Air Daging	12	10.9%
Gulai Ikan Temenung	23	20.9%
Nasi Kandar	6	5.5%
Masak Lemak Pucuk Paku	12	10.9%
Ikan Masak Asam Pedas	10	9.1%
Masak Lemak Cili Padi	16	14.5%
Ikan Bakar	29	26.7%
Nasi Beriani	22	20%
Kerabu Mangga	11	10%

Bagi makanan tengah hari yang dijual oleh para peniaga makanan tradisional di Kuala Kedah, bilangan peniaga yang paling banyak dijual adalah makanan nasi ayam iaitu seramai 38 orang peniaga (34.5%). Kenyataan ini disokong oleh (Azmin,2017) yang menyatakan bahawa nasi ayam merupakan kombinasi makanan yang ringkas tetapi lengkap yang digemari oleh rakyat Malaysia. Diikuti dengan ikan bakar iaitu seramai 29 orang peniaga (26.7%). Ketiga tertinggi jumlah peniaga adalah peniaga yang menjual gulai ikan temenung iaitu 23 orang (20.9%). Disokong oleh Zaharib (2015) iaitu gulai ikan temenung menjadi trend di Kedah khususnya bagi makanan tengah hari kepada pelanggan dengan dihidangkan panas-panas sekaligus menjadikannya lebih enak.

Bagi makanan yang paling sedikit bilangan peniaga yang menjualnya adalah nasi kandar iaitu hanya 6 orang peniaga (5.5%). Melalui berita online dari Berita Masa Kini, terbitan Januari 10,2020. Mengatakan bahawa harga setiap makanan di kedai mamak dijangka meningkat naik dari 20 sen hingga 50 sen. Harga ini naik disebabkan oleh barangan import yang mahal kerana gangguan rantai bekalan sejak pandemik ini berlaku lagi. Jelas bahawa tidak ramai peniaga di Kuala Kedah yang banyak membuka

perniagaan makanan nasi kandar dan tertumpu kepada perniagaan yang bersaiz besar sahaja. Bagi kedua sedikit bilangan peniaga yang menjual makanan tengah hari adalah ikan masak asam pedas iaitu 10 orang peniaga (9.1%). Manakala bagi kerabu mangga didapati ada 11 orang peniaga yang menjual di sekitar Kuala Kedah. Makanan tradisional seperti masak lemak cili padi mempunyai 16 orang orang peniaga yang didapati di Kuala kedah iaitu dengan peratusan sebanyak 14.5%. bagi nasi air daging, bilangan peniaga makanan yang menjualnya adalah hanya seramai 12 orang peniaga (10.9%) sahaja.

4.2.4 Makanan Petang Yang Dijual

Jadual 4.8: Jenis Makanan Petang Yang Dijual Oleh Peniaga Makanan Tradisional Secara Kecil-Kecilan Di Kuala Kedah

Sumber: Kajian Lapangan, 2021

Makanan Petang	Bilangan Peniaga	Peratus
Laksa	44	40%
Laksam	39	35.5%
Mee Kari	40	36.4%
Mee Bandung	27	24.5%
Mee Rebus	35	31.8%
Char Kue Tiau	25	22.8%
Bihun Sup	31	28.2%
Pisang Goreng	24	21.8%
Ubi Goreng	19	17.3%

Pada bahagian makanan petang yang dijual makanan yang paling ramai bilangan peniaga adalah Laksa, Laksam, Mee Kari, Mee Rebus dan juga Bihun Sup. Laksa di posisi pertama dengan bilangan peniaga seramai 44 orang (40%). Dapat diperkukuhkan bahawa laksa utara adalah citarasa yang sehati dengan masyarakat kedah dibandingkan dengan laksa lain yang menggunakan ikan yang berbeza seperti Laksa Johor yang didapati sedikit berbeza (Azli & Hanisah, 2016). Laksam seramai 39 orang iaitu (35.5%). Bagi makanan petang untuk Mee Kari iaitu di posisi kedua dengan 40 orang peniaga (36.4%). Manakala bagi Mee Rebus bilangan peniaga sebanyak 35 orang (31.8%) dan bihun sup seramai 31 orang peniaga (28.2%).

Bagi makanan petang yang dikelaskan kepada bilangan peniaga yang tidak melebihi 30 orang penjualan makanannya adalah Mee Bandung, Char Kue tiau dan Pisang Goreng. Bagi Mee Bandung dicatatkan seramai 27 orang peniaga (24.5%) yang menjualnya di sekitar Kuala Kedah, Bagi Char Kue Tiau iaitu seramai 25 orang peniaga (22.8%) dan pisang goreng iaitu seramai 24 orang peniaga (17.3%) yang menjualnya. Manakala, makanan seperti Ubi goreng merupakan paling sedikit bilangan peniagaanya iaitu hanya seramai 19 orang (17.3%) sahaja.

4.2.4 Makanan-Makanan Lain

Makanan lain yang dijual oleh para peniaga makanan di sekitar kawasan Kuala Kedah turut diambil bagi menyokong data sedia ada. Peniaga-peniaga lain kebanyakannya menjual makanan trend yang digemari oleh masyarakat Kuala Kedah di sini. Penjualan makanan ini menjadi tumpuan kerana pelanggan kebiasaannya mencari makanan-makanan ini. Berikut merupakan makanan yang dijual oleh responden:

Jadual 4.9: Jenis Makanan-Makanan Lain Yang Dijual Oleh Para Peniaga Di Sekitar Kuala Kedah

Sumber: Kajian Lapangan 2021

Makanan Lain Yang Dijual	Bilangan Peniaga	Peratus
Tauhu Begedil	2	1.8%
Burger	6	5.5%
Spaghetti	4	3.6%
Kek Coklat	2	1.8%
Kek Moist	4	3.6%
Satay	6	5.5%
Ayam Gunting	3	2.7%
Sandwich	2	1.8%
Brownies	3	2.7%
Teh Boba	4	3.6%
Yoon Tau Fu	5	4.5%

Merujuk jadual 4.9 iaitu makanan-makanan lain yang dijual oleh para peniaga di sekitar Kuala kedah, pengkaji mendapati Burger dan Satay adalah paling ramai peniaga daripada makanan yang lain iaitu seramai 6 orang peniaga (5.5%). Burger merupakan makanan *Fast Food* yang sering dicari oleh masyarakat kita. Hal ini disokong oleh wani et.al (2019) menyatakan bahawa burger amat mudah dicari kerana lokasinya yang strategik dan berpuas hati dengan harga yang ditawarkan. Manakala makanan lain yang paling sedikit bilangan peniagaanya adalah tauhu begedil dan kek coklat dengan masing-masing hanya terdapat 2 orang (1.8%) sahaja dalam kalangan responden yang menjawab soal selidik ini. Bagi makanan barat seperti spaghetti dengan bilangan 4 orang peniaga (3.6%). Yoon Tau Foo di posisi kedua tertinggi iaitu 5 orang peniaga (4.5%). Turut disertakan teh boba yang diselitkan oleh responden dengan bilangan peniaga seramai 4 orang (3.6%).

Bagi Satay iaitu makanan kegemaran masyarakat Malaysia hanya diisi seramai 6 orang peniaga (5.5%) sahaja di sekitar Kawasan Kuala Kedah. Makanan lain seperti ayam gunting dan Brownies kedua-duanya mempunyai bilangan peniaga yang sama iaitu 3 orang peniaga sahaja (2.7%) dan Sandwich yang direkodkan peniagaanya adalah 2 orang sahaja sekitar Kuala Kedah.



4.3 Faktor bagi Makanan Yang Dijual

Bagi bahagian ini adalah merujuk kepada pemilihan makanan-makanan yang dijual oleh peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan di sekitar Kuala Kedah. Pengkaji menggunakan skala likert kekerapan iaitu sangat tidak setuju, kurang setuju, tidak pasti, setuju dan sangat setuju.

Jadual 4.10: skala likert kekerapan

Skala	1	2	3	4	5
	Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Tidak pasti	setuju	Sangat setuju

4.3.1 Cara Penyediaan Makanan Tradisional

Bagi pemilihan makanan yang dijual oleh para peniaga makanan tradisional dipecahkan kepada cara penyediaan makanan itu sendiri. Pengkaji ingin tahu tentang bagaimana penyediaan makanan tradisional yang dijual.

Jadual 4.12: Cara penyediaan yang dilakukan oleh para peniaga makanan tradisional

Sumber: Kajian Lapangan,2021

Cara penyediaan	skala									
	1		2		3		4		5	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1. Menyediakan sendiri bahan yang digunakan bagi memasak makanan tradisional	13	11.8	22	20.0	36	8.2	36	32.7	30	27.2
2. Memerlukan bantuan pekerja atau ahli keluarga dalam menyediakan bahan-bahan masakan makanan tradisional	3	2.7	19	17.3	16	14.4	43	39.1	29	26.4
3. Cara dan kaedah memasak yang tidak begitu sukar	3	2.7	22	20.0	19	17.3	36	32.7	30	27.3

4. Menggunakan bahan-bahan yang mudah untuk didapati	1	10.0	17	15.5	10	9.1	53	48.2	29	26.4
5. Tidak mengambil masa yang lama dalam penyediaan bahan-bahan	11	10.0	20	18.2	12	10.9	37	33.6	30	27.3
6. Resepi yang dimiliki mudah diikuti	11	10.0	19	17.3	6	5.5	45	40.9	29	26.7
7. Tidak memerlukan teknik-teknik yang sukar dalam memasak makanan tradisional	4	3.7	21	19.1	21	19.1	35	31.8	29	26.7

Merujuk kepada cara penyediaan dalam yang dilakukan oleh para peniaga makanan tradisional seperti jadual diatas iaitu termasuk dalam Bahagian B borang selidik, terdapat tujuh pernyataan yang telah dijawab oleh peniaga iaitu pertama, *menyediakan sendiri bahan yang digunakan bagi memasak makanan tradisional*. Pengkaji mendapat skala yang paling banyak adalah skala 3 iaitu tidak pasti dengan jumlah seramai 36 orang peniaga (8.2%) bagi bilangan peniaga yang menjawab setuju turut mempunyai seramai 36 orang peniaga. Paling sedikit dipilih oleh peniaga adalah sangat tidak setuju iaitu hanya 13 orang peniaga (11.8%). Manakala bagi peniaga yang menjawab tidak setuju sedikit tinggi iaitu seramai 22 orang (20.0%).

Bagi pernyataan kedua iaitu *memerlukan bantuan pekerja atau ahli keluarga dalam menyediakan bahan-bahan masakan makanan tradisional*, bilangan yang menjawab sangat tidak setuju hanya 3 orang peniaga (2.7%), bagi tidak setuju bilangan bertambah kepada 19 orang peniaga (17.3%). Manakala bagi skala 4, setuju adalah pilihan yang paling ramai dipilih oleh peniaga iaitu seramai 43 orang (39.1%) dan bagi sangat setuju adalah seramai 29 orang peniaga (26.4%). Dapat disokong oleh responden 2 menyatakan “...lepas subuh tak sempat makcik. Sebelum subuh tu dah siap masak nasi rebus telur kadang pakcik laa yang pi rebus tinggai pastu gi surau...” (R2, 15 Oktober 2021, Kajian Lapangan).

Seterusnya adalah *cara dan kaedah memasak yang tidak begitu sukar* pilihan skala yang paling tinggi adalah skala 4, setuju dengan bilangan 36 orang (32.7%). Seterusnya kedua tertinggi iaitu 30 orang peniaga (27.3%). Bagi skala yang paling sedikit dipilih oleh para peniaga adalah skala 1 iaitu dengan bilangan hanya seramai 3 orang peniaga (2.7%) sahaja. Beralih kepada pernyataan keempat iaitu *menggunakan bahan-bahan yang mudah untuk didapati*. Bilangan yang paling sedikit dipilih oleh peniaga adalah skala 1 iaitu sangat tidak bersetuju dengan 1 orang (10.0%) sahaja, berbanding dengan bilangan bagi skala 4 iaitu setuju dengan 53 orang peniaga (48.2%). Kedua tertinggi adalah sangat bersetuju iaitu seramai 29 orang peniaga (26.4%). Kedua terendah bagi pernyataan empat adalah skala 3 iaitu tidak pasti dengan jumlah 10 orang peniaga (9.1%). Kemudian untuk yang kelima iaitu *tidak mengambil masa yang lama dalam penyediaan bahan-bahan*.

Pengkaji mendapati bahawa pilihan skala yang paling tinggi adalah bagi skala 4 iaitu dengan bilangan seramai 37 orang peniaga (33.6%), diikuti dengan skala 5, sangat bersetuju dengan bilangan 30 orang peniaga (27.3%). Bagi skala yang paling sedikit dipilih oleh para peniaga adalah skala 1 iaitu sangat tidak bersetuju dengan bilangan 11 orang (10.0%). Bagi bilangan tidak setuju pula didapati seramai 20 orang peniaga (18.2%).

Penyataan keenam iaitu *resepi yang dimiliki mudah diikuti*, seramai 45 orang peniaga (40.9%) menandakan skala 4 iaitu setuju, diikuti dengan sangat setuju dengan jumlah seramai 29 orang peniaga (26.7%). Bagi bilangan yang paling sedikit pilihan skalanya adalah skala 3 iaitu tidak pasti dengan hanya seramai 6 orang (5.55%) sahaja. Bagi bilangan sangat tidak setuju adalah seramai 11 orang peniaga (10.0%). Terakhir iaitu pernyataan 7, *tidak memerlukan teknik-teknik yang sukar dalam memasak makanan*

tradisional, skala yang paling sedikit dipilih adalah skala 1 iaitu sangat tidak setuju dengan hanya 4 orang peniaga (3.7%) kedua terendah adalah tidak setuju dan tidak pasti dengan bilangan yang sama iaitu 21 orang peniaga (19.1%). Bagi skala yang paling tinggi adalah skala 4 iaitu setuju dengan bilangan seramai 35 orang peniaga (31.8%).

4.3.2 Kos Penyediaan Makanan Tradisional

Bagi kos penyediaan yang memberi faktor kepada pemilihan makanan tradisional yang dijual oleh para peniaga makanan tradisional di sekitar Kuala Kedah. Pengkaji akan menyatakan beberapa pernyataan yang merujuk kepada bagaimana kos yang berkaitan dalam menyediakan makanan yang dijual oleh peniaga ini sendiri.

Jadual 4.13: Kos penyediaan makanan tradisional yang diperlukan oleh para peniaga
Sumber: Kajian Lapangan,2021

Kos penyediaan	skala									
	1		2		3		4		5	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1.Modal yang diperlukan tidak begitu tinggi	15	13.6	24	21.8	17	15.5	37	33.6	17	15.5
2. Kos bahan mentah yang diperlukan tidak begitu mahal	13	11.8	19	17.3	14	12.7	38	34.5	26	23.6
3. Kos bahan mentah masih lagi terkawal	13	11.8	22	20.0	13	11.8	41	37.3	21	19.1
4.Harga bagi satu hidangan memberi pulang modal	11	10.0	21	19.1	10	9.1	46	41.8	22	20.0
5.Penyediaan makanan tradisional ini kurang menggunakan bahan mentah yang mahal	1	1.0	25	22.7	18	16.4	46	41.8	20	18.2
6.Tidak memerlukan kekerapan pengantian bahan api	35	31.8	25	22.7	12	10.9	21	19.1	17	15.2

Bagi pecahan kedua pada bahagian B iaitu dibawah kategori kos penyediaan terdapat enam pernyataan iaitu yang pertama disenaraikan iaitu *modal yang diperlukan tidak begitu tinggi*. Pengkaji mendapati bahawa kebanyakan bilangan pilihan skala adalah tidak banyak perbezaannya. Hanya bagi skala 2 dan skala 4 sahaja yang mempunyai bilangan yang tinggi berbanding yang lain. Bagi skala 2 iaitu tidak setuju seramai 24 orang bilangan peniaga (21.8%) dan skala 4 iaitu setuju mempunyai bilangan seramai 37 orang peniaga (33.6%). Bagi jawapan pada skala 1 iaitu sangat tidak setuju paling sedikit dengan seramai 13 orang peniaga (11.8%) sahaja dan bagi skala 3 dan skala 5 seramai 17 orang peniaga (15.5%) masing-masing.

Pernyataan kedua iaitu *kos bahan mentah yang diperlukan tidak begitu mahal*, paling tinggi skala yang dipilih adalah skala 4 iaitu sebanyak 38 orang peniaga (34.5%) diikuti dengan sangat bersetuju iaitu seramai 26 orang peniaga (23.6%). Skala yang paling sedikit dipilih adalah skala sangat tidak bersetuju iaitu hanya seramai 13 orang peniaga (11.8%) diikuti dengan tidak pasti dengan bilangan seramai 14 orang peniaga (12.7%) lebih seorang yang ditanda dari skala 1.

Seterusnya bagi *kos bahan mentah masih terkawal*. Purata bilangan yang paling banyak ditanda adalah skala 4 iaitu seramai 41 orang (37.3%) yang bersetuju diikuti kedua tertinggi iaitu tidak setuju pada skala 2 dengan bilangan peniaga seramai 22 orang (20.0%). Bagi skala yang paling sedikit bilangan peniaga yang memilihnya untuk *kos bahan mentah masih lagi terkawal* adalah skala 1 dan skala 3 iaitu masing -masing mempunyai seramai 13 orang (11.8%) yang menjawab sangat tidak bersetuju dan tidak pasti.

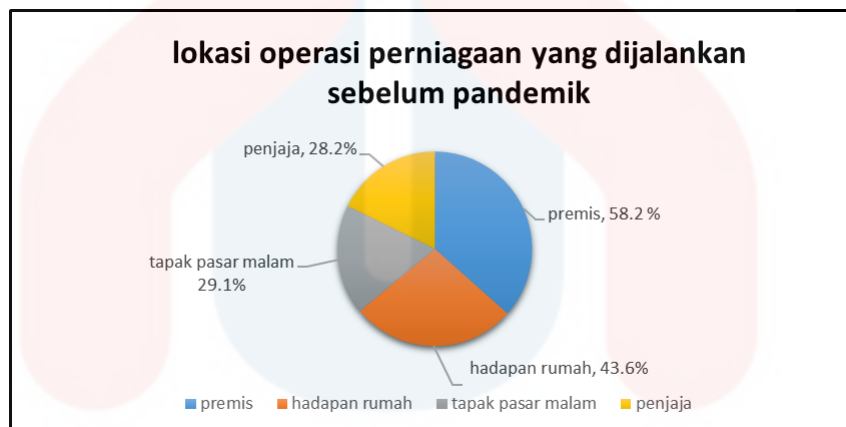
Penyataan keempat pula tentang *harga bagi satu hidangan memberi pulang modal*, seramai 46 orang peniaga (41.8%) menjawab setuju sekaligus menjadikan sebagai undian tertinggi, diikuti dengan skala 5 iaitu sangat bersetuju dengan seramai 22 orang peniaga (22.0%). Skala yang paling rendah dipilih oleh para peniaga adalah tidak pasti iaitu dengan hanya seramai 10 orang (9.1%) sahaja diikuti dengan sangat tidak setuju iaitu 11 orang peniaga (10.0%).

Bagi *penyediaan makanan tradisional kurang menggunakan bahan mentah yang mahal*. Pengkaji mendapati paling sedikit pilihan skala yang dipilih adalah skala 1 iaitu hanya 1 orang (1.0%) menandakan sangat tidak setuju, dibandingkan dengan pilihan skala 4 iaitu setuju dengan bilangan seramai 46 orang (41.8%). Kedua tertinggi adalah tidak setuju dengan bilangan 25 orang (22.7%). Jumlah yang menjawab sangat setuju juga tinggi dengan bilangan seramai 20 orang peniaga (18.2%) manakala bagi bilangan yang menjawab sangat setuju adalah seramai 20 orang peniaga (18.2%). Bagi pernyataan terakhir iaitu *tidak memerlukan kekerapan pengantian bahan api*. Bilangan yang paling tinggi adalah 35 orang peniaga (31.8%) iaitu pada skala 1, ini disokong oleh Hadi (2021) yang menyatakan bahawa pengantian bahan api bagi peniaga memakan kos terutama bagi perniagaan makanan yang memerlukan sumber yang secara berterusan. Seterusnya diikuti dengan tidak setuju pada skala 2 dengan 25 orang peniaga (22.7%). Manakala bagi skala yang paling rendah dipilih adalah skala 3 iaitu tidak pasti dengan hanya 12 orang peniaga (10.9%) seterusnya kedua terendah adalah 17 orang peniaga (15.2%) pada skala 5 dengan sangat bersetuju.

4.4 Lokasi Operasi Perniagaan Peniaga Makanan Tradisional

Bagi pemilihan lokasi bagi tempat yang dipilih oleh para peniaga makanan tradisional dalam menjalankan aktiviti penjualan makanan mereka, pengkaji memberi pilihan dalam borang soal selidik yang dijawab sendiri oleh responden. Pengkaji membuat dua bahagian bagi lokasi operasi iaitu operasi perniagaan sebelum pandemik berlaku dan operasi perniagaan semasa pandemik ini berlaku. Dua bahagian ini bertujuan untuk melihat bagaimana lokasi operasi para peniaga makanan tradisional ini sama ada masih di kawasan yang sama setelah pandemik ini berlaku.

4.4.1 Lokasi Operasi Perniagaan Sebelum Pandemik

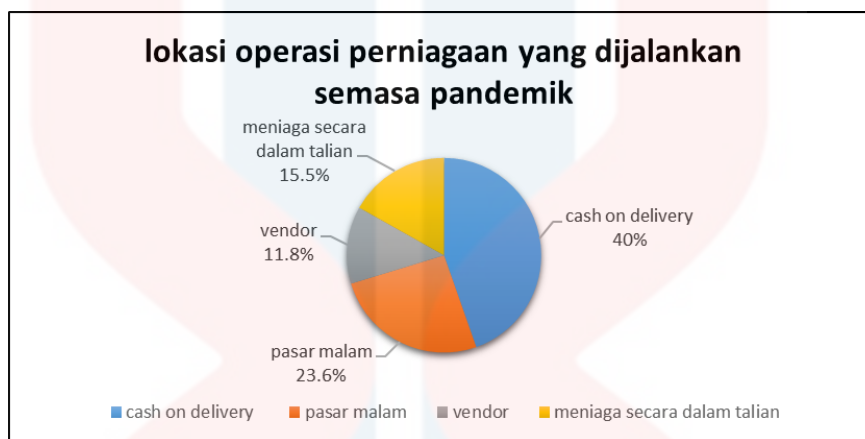


Rajah 4.1: lokasi operasi perniagaan yang dijalankan sebelum pandemik
Sumber: Kajian Lapangan, 2021

Lokasi yang sering dipilih oleh para peniaga sebelum pandemik berlaku adalah *premis* dengan bilangan lokasi yang paling tinggi dipilih iaitu seramai 64 orang peniaga (58.2%). Ini dapat disokong oleh (PERDA, 2020) yang menyatakan premis-premis ini membolehkan peniaga untuk berniaga di kawasan yang strategik dan menjadi tumpuan pelanggan. Dapat dibandingkan semasa sebelum pandemik, bilangan peniaga yang berniaga di hadapan rumah seramai 48 orang peniaga (43.6%). Perbezaan jumlah peniaga ini adalah kerana dapat disokong oleh responden 9 (R9) yang menyatakan bahawa “...Awal dulu niaga depan rumah. Pastu macam susah orang tak Nampak pastu anak kata macam tak jadi tempat tumpuan sebab orang tak perasan..”. ketiga

iaitu lokasi tapak pasar malam dengan seramai 32 orang peniaga (29.1%) manakala bagi penjaja adalah 31 orang bilangannya (28.2%).

4.4.2 Lokasi Operasi Perniagaan yang Dijalankan Semasa Pandemik



Rajah 4.2: lokasi operasi perniagaan yang dijalankan semasa pandemik

Sumber: Kajian Lapangan, 2021

Lokasi yang dipilih oleh para peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan untuk beroperasi adalah paling tinggi dicatatkan *Cash On Delivery* (COD) iaitu seramai 45 orang peniaga (40%). Ini menunjukkan majoriti peniaga menggunakan khidmat menghantar makanan ke rumah pelanggan. Dapat disokong (Hafizi, 2021) yang membincangkan tentang peniaga pasar malam dapat menjana pendapatan kembali dengan menggunakan kaedah (COD) kedua tertinggi iaitu pasar malam dengan bilangan peniaga seramai 26 orang (23.6%) seterusnya peniaga yang memilih menjalankan perniagaan secara dalam talian iaitu seramai 17 orang (15.5%) dan yang paling sedikit pilihan lokasi operasi perniagaan bagi peniaga ini adalah melalui Vendor iaitu hanya seramai 13 (11.8%)

KELANTAN

4.5 Impak Pandemik Terhadap Peniaga Makanan Tradisional

Pengkaji telah membuat dua bahagian bagi impak pandemik iaitu dengan membuat perbandingan kepada para peniaga tentang bagaimana aktiviti perniagaan mereka sebelum dan selepas. Pengkaji menyediakan item berkaitan dengan perniagaan peniaga makanan tradisional ini bagi menganalisis data tentang sebelum dan sepanjang kesan pandemik ini.

4.5.1 Sebelum pandemik berlaku kepada peniaga makanan tradisional

Jadual 4.14: penjualan makanan tradisional sebelum pandemik
Sumber: Kajian Lapangan, 2021

Sebelum pandemik berlaku kepada peniaga makanan tradisional	Skala									
	1		2		3		4		5	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1. Makanan tradisional mendapat sambutan daripada para pelanggan	2	1.8	2	1.8	12	10.9	27	24.5	67	60.9
2. Makanan tradisional sentiasa habis dijual	10	9.1	7	6.4	15	13.6	36	32.7	42	38.2
3. Perniagaan makanan tradisional sangat konsisten	5	4.5	14	12.7	8	7.3	49	44.5	34	30.9
4. Sering mendapat tempahan makanan tradisional daripada pelanggan tetap	3	2.7	19	17.2	12	10.9	45	40.9	31	28.2
5. Sering mendapat tempahan pelanggan bagi sebarang majlis keramaian	2	1.8	18	16.4	16	14.5	45	40.9	29	26.4
6. Operasi perniagaan makanan tradisional tidak mempunyai had masa yang tetap	10	9.1	13	11.8	18	16.4	38	34.5	31	28.2
7. Perniagaan makanan tradisional dibuka pada setiap minggu	8	7.3	12	10.9	9	8.2	44	40.0	37	33.6
8. Sewa bagi tapak perniagaan tidak berlaku sebarang peningkatan	3	2.7	10	9.1	13	11.8	49	44.5	36	32.7
9. Bercadang untuk kembangkan perniagaan makanan yang lebih besar dari sebelumnya	3	2.7	19	17.2	8	7.3	42	38.2	38	34.5

10.mengambil lebih ramai pekerja dalam menjalankan perniagaan makanan tradisional	13	11.8	11	10.0	11	10.0	42	38.2	33	30.0
11 . Pekerja dibayar gaji dan diberi bonus mengikut keuntungan semasa perniagaan	28	25.5	25	22.7	18	16.4	28	25.5	21	19.1
12. Memerlukan stok bahan mentah yang lebih bagi setiap minggu pembukaan perniagaan	3	2.7	15	13.6	9	8.2	47	42.7	36	32.7
13. Bahan mentah masih lagi pada harga terawal	12	10.9	20	18.2	14	12.7	37	33.6	27	24.5

Bahagian C iaitu tentang impak pandemik seperti jadual 4.13 diatas iaitu penjualan makanan tradisional sebelum pandemik, mempunyai 13 pernyataan iaitu terus kepada yang pertama *makanan tradisional mendapat sambutan pelanggan*. Antara jenis makanan tradisional ini adalah nasi lemak, bihun sup, laksa, ikan pekasam dan sebagainya yang mendapat sambutan daripada pelanggan. Paling tinggi skala yang dipilih ialah skala 5 dengan 67 orang peniaga (60.9%) seterusnya diikuti dengan 27 orang peniaga (24.5%) bagi bersetuju pada skala 4. Skala yang paling sedikit dipilih oleh para peniaga adalah skala 1 dan skala 2 iaitu dengan masing-masing hanya mempunyai 2 orang peniaga (1.8%).

Bagi pernyataan kedua iaitu *makanan tradisional yang sentiasa habis dijual*, paling tinggi turut pada skala 5 iaitu seramai 42 orang peniaga (38.2%) diikuti dengan 36 orang peniaga (32.7%). Bagi skala tidak bersetuju didapati adalah paling rendah dengan hanya 7 orang peniaga sahaja (6.4%) seterusnya diikuti dengan sangat tidak bersetuju dengan bilangan peniaga seramai 10 orang (9.1%). Bagi skala tidak pasti, mencatatkan seramai 15 orang peniaga (13.6%) orang peniaga yang memilih bagi skala tersebut.

Seterusnya bagi *perniagaan makanan tradisional sangat konsisten*, skala yang paling tinggi adalah skala 4, bersetuju dengan bilangan seramai 49 orang peniaga (44.5%). Menurut Hassan et.al (2020) berkata menerusi kebenaran semula bagi para peniaga beroperasi membuatkan para peniaga meneruskan kelangsungan hidup dengan mata pencarian dalam perniagaan yang dijalankan. Seterusnya diikuti dengan sangat bersetuju pada skala 5 iaitu 34 orang peniaga (30.9%). Bagi skala yang paling rendah dipilih menurut jadual diatas adalah skala 1 iaitu hanya 5 orang peniaga (4.5%) dan kedua terendah adalah tidak pasti pada skala 3 dengan hanya 8 orang peniaga (7.3%).

Penyataan seterusnya iaitu *sering mendapat tempahan makanan tradisional daripada pelanggan* tetap mencatatkan bilangan yang paling tinggi adalah pada skala 4 dengan seramai 45 orang peniaga (40.9%) diikuti dengan 31 orang peniaga (28.2%) bagi skala sangat setuju. Manakala bagi skala yang paling sedikit dipilih oleh para peniaga adalah pada skala 1, sangat tidak setuju dengan hanya 3 orang bilangan peniaga (2.7%) sahaja. Penyataan ini disokong oleh responden 2, (R2) melalui kajian lapangan iaitu “... *makcik ambik untuk jamuan budak-budak, ada laa dapat tempahan sebab makcik pun ada buat berlauk jugak...*” (responden 2, 15 oktober 2021). Beralih kepada penyataan kelima dengan *sering mendapat tempahan daripada pelanggan bagi sebarang majlis keramaian*. Dilihat jumlah yang paling minima adalah skala 1 dengan hanya 2 orang peniaga sahaja (1.8%). Kedua terendah adalah tidak pasti dengan 16 orang peniaga (14.5%). Bagi skala yang paling tinggi dilihat adalah skala 4 dengan bersetuju iaitu 45 orang peniaga (40.9%). Disokong oleh responden 7 (R7) melalui lapangan kajian, “...*dulu sedia-sedia dapat order dari orang...*” dan bagi skalasangat bersetuju menjadi kedua tertinggi dengan mencatatkan 29 orang peniaga (26.4%).

Keenam dengan operasi perniagaan makanan tradisional tidak mempunyai had masa yang tetap data menunjukkan paling tinggi adalah 31 orang peniaga (28.2%) pada skala 5 dan paling rendah adalah skala 1 dengan bilangan seramai 10 orang (9.1%) sahaja. Seterusnya, perniagaan makanan tradisional dibuka setiap minggu, mendapati skala 4 mencatatkan bilangan peniaga paling tinggi iaitu dengan 44 orang peniaga (40.0%) diikuti dengan skala 5 iaitu sangat bersetuju dengan bilangan peniaga sebanyak 37 orang peniaga (33.6%). Bilangan yang paling sedikit adalah pada skala 1 iaitu sangat tidak setuju dengan hanya mencatatkan seramai 8 orang (7.3%) sahaja. Pernyataan kelapan iaitu *sewa bagi tapak perniagaan tidak berlaku sebarang peningkatan*, skala 1 menunjukkan bilangan yang paling sedikit dipilih oleh para peniaga iaitu hanya 3 orang peniaga (2.7%) sahaja dan bilangan yang paling tinggi adalah skala 4 dengan bersetuju iaitu bilangan seramai 49 orang peniaga (44.5%). Bagi sangat setuju pula mencatatkan kedua tertinggi iaitu dengan 36 orang peniaga (32.7%). Manakala, skala 3, tidak pasti mempunyai 13 orang peniaga (11.8%)

Seterusnya dengan *bercadang untuk kembangkan perniagaan makanan yang lebih besar* dari sebelumnya mempunyai pilihan jawapan paling tinggi pada skala 4 iaitu setuju dengan 42 orang peniaga (38.2%) diikuti dengan 38 orang peniaga (34.5%). Responden 8 (R8) dengan menyatakan bahawa “...*dok pikiaq nak sewa kedai, bukak kedai makan bagi luas selesa orang nak makan...Nak cari kedai senang sikit masak situ deret. Pastu apa mak pun ada cakap nak try buat yoon tau fuu. Letak kat kedai...*”(R8, 30 Oktober 2021, Lapangan Kajian). Bilangan yang paling rendah pula adalah pada skala 1 iaitu hanya seramai 3 orang sahaja memilih sangat tidak setuju. Diikuti dengan kedua terendah iaitu skala 3, tidak pasti dengan hanya 8 orang peniaga (7.3%) sahaja.

Penyataan seterusnya, *mengambil lebih ramai pekerja dalam menjalankan perniagaan makanan tradisional*, skala yang paling banyak dipilih adalah skala 4 dengan 42 orang peniaga (38%) dan kedua tertinggi adalah skala 5 dengan 33 orang peniaga (30.0%). Bagi bilangan minima yang dipilih pula adalah pada skala 2 dan skala 3 dengan masing-masing hanya 11 orang peniaga (10.0%) dan kedua terendah adalah skala 1 iaitu sangat tidak setuju dengan bilangan seramai 13 orang peniaga (11.8%). Seterusnya iaitu *pekerja dibayar gaji dan diberi bonus mengikut keuntungan semasa perniagaan*, paling tinggi adalah skala 1 dan skala 4 dengan masing-masing mencatatkan 28 orang peniaga (16.4%) dan paling sedikit adalah tidak pasti dengan 18 orang peniaga (16.4%)

Beralih kepada *memerlukan stok bahan mentah yang lebih bagi setiap minggu pembukaan perniagaan*. Paling tinggi adalah 47 orang peniaga (42.7%) bagi setuju dan paling rendah adalah sangat tidak bersetuju iaitu hanya 3 orang (2.7%) sahaja. Terakhir iaitu *bahan mentah masih lagi pada harga terkawal*, dicatatkan paling tinggi yang menjawab setuju iaitu 37 orang peniaga (33.6%) dan paling sedikit adalah 12 orang (10.9%) pada skala sangat tidak setuju.

4.5.2 Penjualan Makanan Tradisional Semasa Pandemik Berlaku

Jadual 4.15: kesan pandemik terhadap peniaga makanan tradisional di sekitar Kuala Kedah

Sumber: Kajian Lapangan, 2021

Kesan Terhadap makanan Tradisional di Kuala Kedah	skala									
	1		2		3		4		5	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1. Makanan tradisional kurang mendapat sambutan daripada para pelanggan	2	1.8	30	27.3	11	10	35	31.8	32	29.1
2. makanan tradisional jarang dapat dijual sehingga habis	3	2.7	29	26.4	24	21.8	36	32.7	18	16.4
3. perniagaan makanan tradisional telah mengalami sedikit kemerosotan semenjak covid-19 berlaku	2	1.8	26	23.6	14	12.7	40	36.4	28	25.5
4. pematuhan SOP membatasi dalam memperoleh pelanggan seperti biasa	3	2.7	18	16.7	8	7.8	47	42.7	34	30.0
5. beban hutang semakin bertambah akibat hasil daripada perniagaan kurang memberangsangkan	32	29.1	34	30.9	14	12.7	20	18.2	10	9.1
6. sewa bagi tapak premis telah dinaikkan	38	34.5	32	29.1	10	9.1	17	15.5	10	11.8
7. hampir menutup perniagaan secara terus kerana tidak mampu untuk bertahan sepanjang covid-19	16	14.5	25	22.7	28	25.5	27	24.5	14	12.7
8. permintaan dan tempahan yang diperolehi daripada tetap tidak seperti selalu	13	11.8	22	20.0	15	13.6	37	33.6	23	20.9

KELANTAN

9. langsung tidak mendapat sebarang tempahan daripada majlis keramaian	14	12.7	26	23.6	12	10.9	36	32.7	22	20.0
10. terpaksa menghadkan masa perniagaan mengikut waktu operasi baharu	10	9.1	24	21.8	9	8.2	26	37.3	26	23.6
11. terpaksa memberhentikan pekerja akibat tidak mampu membayar gaji pekerja sedia ada	39	35.5	25	22.7	16	14.5	26	23.6	4	3.6
12. kos bahan mentah yang diperlukan semakin meningkat	8	7.3	18	16.4	11	10	45	40.9	28	25.5
13. terpaksa mengalami pembaziran bahan mentah kerana perniagaan tidak mendapat sambutan	12	10.9	21	19.1	20	18.2	44	40.0	13	11.8

Pada bahagian D pecahan kedua iaitu kesan pandemik terhadap peniaga makanan tradisional di Kuala Kedah iaitu turut terdapat 13 pernyataan. Bagi jadual 4.14 memberi data tentang bagaimana kesan pandemik ini kepada para peniaga. Seperti yang pertama iaitu *makanan tradisional kurang mendapat sambutan daripada para pelanggan*. Dilihat paling tinggi bilangannya adalah pada skala 4 iaitu seramai 35 orang peniaga (31.8%) diikuti kedua tertinggi iaitu 32 orang peniaga (29.1%) yang menjawab sangat bersetuju. Manakala bagi skala yang menduduki posisi terakhir dengan bilangan peniaga yang paling sedikit adalah skala 1 dengan 2 orang peniaga (1.8%) sahaja.

Bagi item kedua iaitu *makanan tradisional jarang dijual sehingga habis*, paling tinggi turut pada skala empat iaitu dengan bilangan peniaga seramai 36 orang (32.7%) diikuti dengan tidak pasti iaitu 24 orang peniaga (21.8%). Manakala bagi skala yang paling sedikit turut pada skala satu iaitu hanya 3 orang peniaga (2.7%) sahaja. Seterusnya, bagi perniagaan makanan tradisional telah mengalami sedikit kemerosotan semenjak covid-19 berlaku. Paling banyak dipilih turut skala empat iaitu setuju dengan 40 orang peniaga (36.4%) diikuti dengan kurang setuju dengan bilangan seramai 26 orang

peniaga (23.6%) bagi bilangan terendah adalah sangat tidak setuju iaitu hanya 2 orang (1.8%) sahaja. Kedua terendah dilihat adalah tidak pasti dengan bilangan peniaga sebanyak 14 orang (12.7%).

Penyataan keempat iaitu tentang *pematuhan SOP membatasi dalam memperoleh pelanggan seperti biasa*, paling tinggi yang dipilih oleh para peniaga adalah skala setuju iaitu dengan bilangan seramai 47 orang peniaga (42.7%). Kedua tertinggi pula adalah skala lima iaitu 34 orang (30.0%). Manakala bagi skala yang paling minima bagi pilihan para peniaga adalah masih pada skala 5 iaitu seramai 3 orang (2.7%) sahaja. Dapat disokong oleh pernyataan daripada responden 3 melalui temubual iaitu *“Dulu kalau orang dok tempah ramai-ramai duk buat kenduri kan sehari boleh la dapat tara tu alhamdulillah. Kalau sekarang ni dapat tu dapat laa tapi tak kerap macam dulu dah... Mana nak boleh buat kenduri kerap-kerap. Ni anak sunat ka, majlis perpisahan cikgu-cikgu kaa duk buat diam diam...”* (R3,17 Oktober 2021, Kajian Lapangan).

Beralih kepada *beban hutang semakin bertambah akibat hasil daripada perniagaan kurang memberangsangkan*. Dilihat corak bilangan sangat tidak setuju banyak dipilih oleh para peniaga berbanding pada pernyataan sebelumnya iaitu dengan bilangan 32 orang peniaga (29.1%) dan pada posisi pertama adalah 34 orang peniaga (30.9%) iaitu skala 2 dengan tidak setuju. Bagi pilihan yang paling rendah adalah skala sangat bersetuju iaitu hanya 10 orang peniaga (9.1%) sahaja bagi pernyataan kelima ini. Kemudian bagi sewa bagi tapak premis telah dinaikkan, sangat tidak setuju berada ditempat pertama iaitu sebanyak 38 orang peniaga (34.5%) diikuti dengan tidak bersetuju seramai 32 orang peniaga (29.1%) manakala paling sedikit adalah sangat bersetuju iaitu 10 orang peniaga (11.8%) sahaja.

Penyataan ketujuh iaitu hampir menutup perniagaan secara terus kerana tidak mampu untuk bertahan sepanjang covid-19. Paling banyak dijawab oleh para peniaga adalah tidak pasti iaitu seramai 28 orang peniaga (25.5%) diikuti dengan skala 4 iaitu setuju dengan seramai 27 orang peniaga (24.5%). Manakala bagi pilihan yang paling sedikit dipilih adalah sangat bersetuju iaitu 14 orang peniaga (12.7%), dibandingkan dengan sangat tidak setuju dengan bilangan peniaga 16 orang (14.5%). Kelapan iaitu *permintaan dan tempahan yang diperolehi daripada tetap tidak seperti selalu*. Dilihat paling rendah adalah skala sangat tidak setuju iaitu hanya 13 orang peniaga (11.8%) dan diikuti skala tidak pasti dengan 15 orang peniaga (13.6%). Bagi skala yang paling banyak dipilih pula adalah skala bersetuju iaitu dengan bilangan peniaga seramai 37 orang peniaga (33.6%) disokong oleh responden 7 (R7) iaitu “...*Tapi laa ni takdak sangat dah. SOP sama kan. Rasa laa kat situ. Orang nak kequmun-kequmun pun tak berani dah*” (Responden 7, 18 Oktober 2021, kajian lapangan)

Bagi langsung tidak mendapat sebarang tempahan daripada majlis keramaian. Dilihat paling banyak dipilih adalah setuju dengan bilangan peniaga 36 orang (32.7%) hal ini disokong oleh responden 4 (R4) dengan menyatakan bahawa “...*tempahan pun laa tak boleh ambik sangat dah sebab kenduri orang takdak buat macam dulu ramai-ramai. Laa ni semua buat kecil-kecil jemput adik beradik. Paihtu nak kata banyak macam dulu tu tak dapat dah...*” (R4, 21 Oktober 2021, Kajian Lapangan). Penyatann seterusnya iaitu terpaksa menghadkan masa perniagaan mengikut waktu operasi baharu, paling sedikit skala yang dipilih adalah skala 3 dengan hanya 9 orang peniaga (8.2%) diikuti kedua terendah iaitu skala 1 dengan 10 orang peniaga (9.1%). Manakala bagi pilihan yang paling banyak adalah masing-masing 26 orang peniaga (37.3%) iaitu skala 4 dan skala 5.

Kemudian kepada *terpaksa memberhentikan pekerja akibat tidak mampu membayar gaji pekerja sedia ada*. Skala paling banyak dipilih adalah skala 1 dengan 39 orang peniaga (35.5%) dan paling rendah adalah skala 5 iaitu sangat bersetuju dengan hanya 4 orang peniaga (3.6%) sahaja. Item bagi kos bahan mentah yang diperlukan semakin meningkat, paling tinggi dicatatkan adalah pada skala 4 iaitu seramai 45 orang peniaga (40.9%) diikuti dengan skala 5 iaitu 28 orang peniaga (25.5%). Manakala bagi yang paling minima adalah skala 1 iaitu hanya 8 orang peniaga (7.3%).

Terakhir iaitu terpaksa mengalami pembaziran bahan mentah kerana perniagaan tidak mendapat sambutan. Paling banyak yang dipilih adalah skala 4 iaitu seramai 44 orang peniaga (40.0%) dan paling sedikit adalah skala 1 iaitu hanya 12 orang peniaga (10.9%). Kedua sedikit adalah bagi skala 5 iaitu 13 orang peniaga (11.8%) sahaja dicatatkan. Impak pandemik ini menunjukkan bagaimana menjejaskan bilangan tempahan yang selalu diperolehi terutamanya bagi sasaran pelanggan responden sendiri. Selain itu, responden 10 (R10) menyatakan “... *Pakcik berenti akhir bulan 12 tahun lepas lagi... Sebab dia naih? Rasa sebab susah dah tak macam dulu...*” (R10, 31 Oktober, 2021, Kajian Lapangan).

4.6 Inisiatif yang Diambil oleh Para Peniaga

Pengkaji telah menganalisis data tentang apa inisiatif yang diambil oleh para peniaga makanan tradisional di Kuala Kedah sepanjang pandemik ini berlaku. Pada bahagian inisiatif yang diambil ini, pengkaji memproleh data yang memnyokong inisiatif responden iaitu norma baharu perniagaan responden, trend penjualan makanan tradisional, kaedah yang digunakan dalam mempromosikan makanan dan bantuan yang dimohon oleh responden kepada kerajaan.

4.6.1 Norma Baharu Perniagaan Makanan Tradisional

Jadual 4.16: Norma baharu perniagaan yang dijalankan sepanjang pandemik berlaku
Sumber:Kajian Lapangan,2021

Norma baharu perniagaan yang dijalankan sepanjang pandemik berlaku	skala									
	1		2		3		4		5	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1.Membuat pengiklanan tentang perniagaan makanan tradisional di akaun media sosial	0	0	5	4.5	6	5.5	39	35.5	60	54.5
2. Mula menggunakan kaedah pembayaran semasa penghantaran makanan ke rumah pelanggan (COD)	3	2.7	5	4.5	8	7.3	38	34.5	46	41.8
3. Mula melakukan proses makanan sejuk beku "frozen food"	46	41.8	35	31.8	14	12.7	10	9.1	5	4.5
4. Mendaftarkan perniagaan kepada agensi pelancongan sebagai tempat tumpuan pelancongan	36	32.7	35	31.8	17	15.5	17	15.5	5	4.5
5. Mula menjalankan perniagaan hanya dari rumah	10	9.1	16	14.5	11	10.0	45	40.9	28	25.5
6. Mendaftarkan perniagaan di bawah vendor makanan yang beroperasi semasa pandemik ini	19	17.3	23	20.9	14	12.7	29	26.3	25	22.7
7. Menerima bantuan daripada keluarga untuk mendapatkan pesanan dan tempahan	4	3.6	14	12.7	15	13.6	32	29.1	45	41.0
8. Mengisi sebarang bentuk permohonan bantuan yang berkeelayakan daripada pihak kerajaan	11	10.0	13	11.8	16	14.5	45	41.0	25	22.7
9. Menggunakan kenderaan untuk menjadi penjaja bergerak	42	38.2	18	16.4	8	7.3	31	28.2	10	9.1

Pada bahagian D borang soal selidik iaitu langkah bagi norma baharu perniagaan makanan tradisional, pengkaji telah menyenaraikan beberapa pernyataan yang telah dijawab oleh responden. Pada pernyataan pertama iaitu *membuat pengiklanan tentang tentang makanan tradisional di akaun media sosial*, pengkaji mendapati 60 orang peniaga (54.5%) sangat setuju. Ini dapat dibuktikan dengan kenyataan daripada responden 9 (R9) iaitu “...Promosi makcik buat banner hat ni la bagi orang nampak kan. Lepastu makcik ada masuk whatsapp group niaga dekat sini. Bawak masuk situ sorang orang share-share contact number...” (R9, 30 Oktober 2021, Kajian Lapangan).

39 orang peniaga (35.5%) menjawab setuju dan tiada seorang pun peniaga menjawab sangat tidak setuju dibandingkan dengan kurang setuju iaitu hanya 5 orang peniaga (4.5%). Seramai 6 orang peniaga (5.5%) yang menjawab tidak pasti dalam membuat pengiklanan di makanan tradisional mereka. Pernyataan kedua iaitu *tentang mula menggunakan kaedah pembayaran semasa penghantaran makanan ke rumah (COD)*, pengkaji mendapati bahawa purata paling banyak dipilih oleh para peniaga adalah sangat setuju iaitu 46 orang peniaga (41.8%) dibandingkan dengan sangat tidaksetuju iaitu hanya seramai 3 orang peniaga (2.7%) sahaja. Disokong oleh kenyataan daripada responden 7 (R7) iaitu “... Haa COD ada anak-anak dok hantar kat rumah jiran dekat dekat kan sapa nak order tu...” (R7, 29 Oktober 2021, Kajian Lapangan). Manakala bagi peniaga yang menjawab tidak pasti adalah seramai 8 orang (7.3%).

Bagi memulakan *proses makanan sejuk beku "frozen food"* pengkaji turut menjangka bahawa ramai peniaga yang sangat tidak bersetuju iaitu bilangan paling ramai dipilih iaitu seramai 46 orang peniaga (41.8%) dibandingkan dengan peniaga yang memilih sangat setuju iaitu jurang yang tinggi dengan hanya seramai 5 orang peniaga (4.5%) sahaja. Bagi skala tidak pasti, seramai 14 orang peniaga (12.7%).

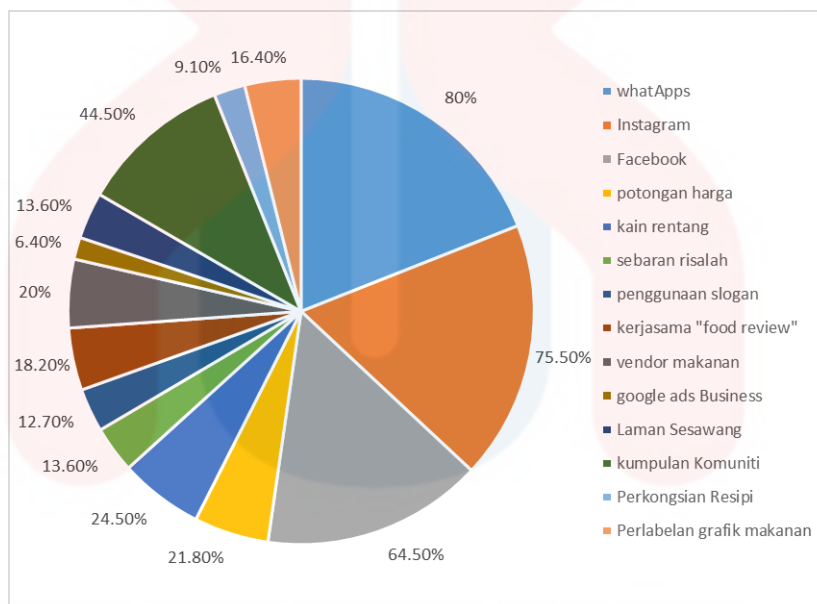
Penyataan keempat iaitu *mendaftarkan perniagaan kepada agensi pelancongan sebagai tempat tumpuan pelancongan*, seramai 17 orang peniaga (15.5%) yang tidak pasti dengan pernyataan ini, bagi sangat tidak setuju, terdapat 36 orang peniaga (32.7%) iaitu paling ramai dan hanya 5 orang peniaga (4.5%) sahaja yang sangat setuju. Bagi norma baharu yang mula *menjalankan perniagaan hanya dari rumah*, terdapat 28 orang peniaga (25.5%) yang sangat bersetuju dibandingkan dengan sangat tidak bersetuju iaitu hanya 10 orang responden (9.1%) sahaja. Akan tetapi pengkaji mendapati bahawa peniaga banyak memilih setuju iaitu seramai 45 orang peniaga (40.9%) sekaligus pilihan skala yang paling tinggi seperti yang ditunjukkan dalam jadual.

Penyataan keenam iaitu *mendaftarkan perniagaan di bawah vendor makanan operasi semasa pandemik ini* mendapat para peniaga memilih setuju iaitu seramai 29 orang (26.3%) dibandingkan dengan sangat tidak bersetuju iaitu 19 orang peniaga (17.3%). Bagi peniaga yang memilih tidak pasti pula adalah seramai 14 orang (12.7%). Penyataan ketujuh iaitu *memerima bantuan daripada keluarga untuk mendapatkan pesanan dan tempahan*, seramai 45 orang peniaga (41.0%) yang sangat setuju bahawa menerima bantuan daripada keluarga. Turut dinyatakan oleh responden. Bagi kedua tertinggi iaitu 32 orang peniaga (29.1%) yang setuju dan paling sedikit iaitu hanya seramai 4 orang peniaga (3.6%) yang menanda sangat tidak bersetuju.

Bagi mengisi sebarang bentuk permohonan yang berkeelayakan daripada pihak kerajaan. Bilangan peniaga yang paling ramai adalah dengan skala setuju iaitu seramai 45 orang (41.0%). Disokong oleh responden 9 (R9) iaitu “...Haritu ada dapat b40 punya kan yang kerajaan bagi tu. Tapi untuk perniagaan ni lepas nak beli barang mentah gutu... Alhamdulillah dapat 800 rasa...” diikuti dengan sangat bersetuju iaitu seramai 25 orang peniaga (22.7%) paling sedikit dipilih oleh para peniaga. Bagi

bilangan tidak pasti iaitu 16 orang (14.5%) mendapati bahawa terdapat juga peniaga yang tidak memikir tentang bantuan daripada pihak kerajaan. Bagi yang terakhir iaitu *menggunakan kenderaan untuk menjadi penjaja bergerak*, pengkaji mendapati bahawa paling ramai yang sangat tidak bersetuju dengan norma baharu ini iaitu seramai 42 orang peniaga (38.2%) diikuti dengan peniaga yang bersetuju iaitu seramai 31 orang peniaga (28.2%). Bagi bilangan peniaga yang tidak pasti adalah hanya seramai 8 orang peniaga (7.3%) sahaja.

4.6.2 Trend Penjualan Makanan Tradisional



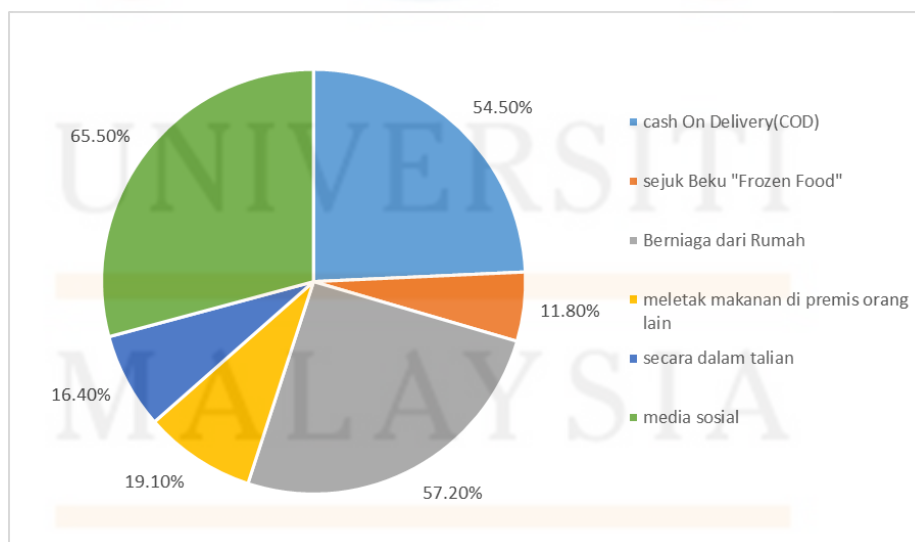
rajah 4.3: trend penjualan makanan tradisional
 Sumber: Kajian Lapangan,2021

Bagi trend penjualan makanan tradisional terdapat pilihan trend yang paling tinggi jurangnya dibandingkan dengan yang paling sedikit iaitu penggunaan *Whatsapps* seramai 88 orang peniaga (80%) disokong oleh responden 9 (R9) dengan menyatakan “... *Lepastu makcik ada masuk whatsapp group niaga dekat sini...*” (R9,30 Oktober 2021, Kajian Lapangan). Dibandingkan dengan hanya 7 orang (6.4%) sahaja yang memilih *Google Ads. Business*. Kedua tertinggi dalam trend penggunaan yang dipilih oleh para peniaga adalah Instagram iaitu seramai 83 orang peniaga (75.5%) seterusnya, Facebook iaitu 71 orang peniaga memilihnya (64.5%). Disokong oleh responden 4 (R4)

dengan menyatakan “...ada masuk group niaga kat fb Group kecil-kecik jaa...” (R4, 21 Oktober 2021, Kajian Lapangan).

Bagi kedua sedikit selepas Google Ads. Business adalah *trend dari perkongsian resepi* iaitu hanya seramai 10 orang peniaga dengan peratusan (9.1%). Para peniaga turut menggunakan trend seperti *promosi kepada orang awam* iaitu terdapat 27 orang (24.5%) peniaga yang memilih kain rentang, sebaran risalah iaitu seramai 15 orang peniaga (13.6%), *penggunaan slogan* 14 orang peniaga (12.7%) dan *pelabelan grafik makanan* iaitu seramai 18 orang (16.4%). Bagi trend yang *melibatkan pihak lain* didapati terdapat 49 orang peniaga (44.6%) memilih untuk menggunakan *kumpulan komuniti* dalam meningkatkan perniagaan makanan tradisional mereka. Selain itu, laman sesawang seramai 15 orang (13.6%) dan trend yang menggunakan Kerjasama individu iaitu *Food Review* seramai 20 orang (18.2%).

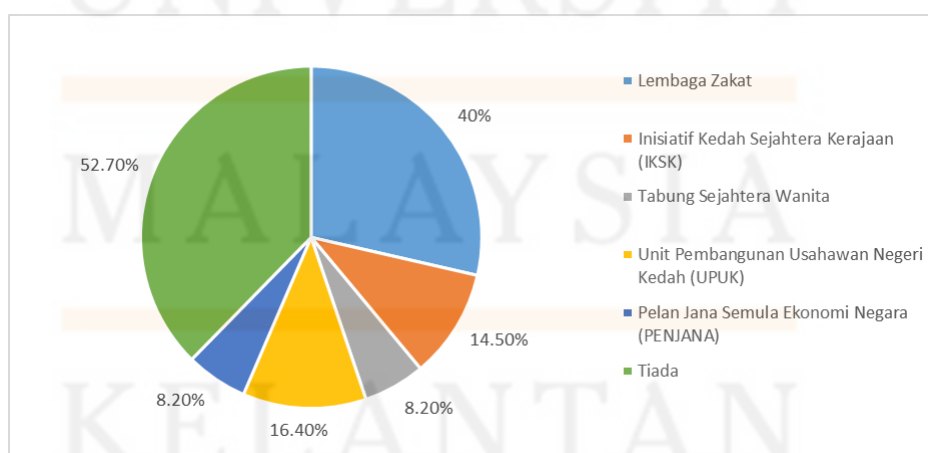
4.6.3 Kaedah Yang Digunakan Dalam Mempromosikan Makanan



rajah 4.4: kaedah yang digunakan dalam mempromosikan perniagaan makanan tradisional

Kaedah yang digunakan oleh responden dalam mempromosikan perniagaan sepanjang pandemik ini berlaku yang paling tinggi adalah *media sosial* iaitu sebanyak 72 (65.5%) bilangan peniaga yang mempromosikan makanan mereka. yang kedua tertinggi adalah dengan cara *Cash On delivery* iaitu seramai 60 orang peniaga (54.5%) ketiga iaitu dengan meletakkan *makanan di premis orang* iaitu seramai 21 (19.1%) bilangan peniaga. Dapat disokong melalui Responden 1 yang memberi ruang kepada peniaga lain untuk meletakkan makanan di gerai milik Responden 1 sendiri. dinyatakan iaitu “... *alhamdulillah laa rezeki lebih sikit nak nak kalau habis pulak depa punya...*” (R1, 14 Oktober 2021, Kajian Lapangan) manakala secara dalam talian seramai 18 (16.4%) dan yang terakhir iaitu mempromosikan dengan kaedah makanan sejuk beku “Frozen Food” hanya seramai 13 orang peniaga sahaja (11.8%). Bagi data yang dianalisis melalui temubual, pengkaji mendapati informan yang turut menggunakan perkhidmatan Cash On Delivery (COD) bagi mempromosikan perniagaan makanan mereka. seperti yang dikongsikan oleh responden 7 (R7) iaitu “... *Haa ada anak pi hantar kadang. Kalau makcik tak sibuk makcik pi hantar. Kadang orang ada mai ambik dekat rumah gitu...*” (responden 7, 15 Oktober 2021, Kajian Lapangan 2021).

4.6.4 Bantuan Daripada Pihak Kerajaan



Rajah 4.5: bantuan yang dimohon para peniaga kepada pihak kerajaan
 Sumber: Kajian Lapangan,2021

Bantuan yang dimohon oleh para peniaga dalam membantu perniagaan makanan tradisional secara kecil-kecilan ini didapati para peniaga memperolehinya daripada bantuan Lembaga zakat iaitu dengan 40%. Menurut Responden 7 (R7) iaitu menyatakan “...*Bantuan zakat laa haritu last dapat kan. Boleh laa beda mackik beli dapuq baru...*” (R7, 29 Oktober 2021, Kajian Lapangan). Dengan bantuan ini dapat disimpulkan bahawa responden 7 dapat menambahbaikinya dapur miliknya. Seterusnya terdapat ramai para peniaga tidak memohon sebarang bantuan daripada pihak kerajaan iaitu dicatatkan tertinggi adalah 52.7% yang tidak memohon. Bantuan yang paling sedikit dimohon oleh para peniaga sekitar Kuala Kedah ini adalah Pelan Jana Semula Ekonomi Negara (PENJANA) dan Tabung Sejahtera Wanita iaitu masing-masing sebanyak (8.2%).

Selain itu bantuan yang dimohon oleh para peniaga adalah Unit Pembangunan Usahawan Negeri Kedah (UPUK) iaitu (16.4%) dan Inisiatif Kedah Sejahtera Kerajaan iaitu (14.5%). Selain itu bagi bantuan lain yang dinyatakan oleh para peniaga adalah bantuan BRIM iaitu seramai 28 orang peniaga yang menerima bantuan dari pihak kerajaan. Bantuan lain yang turut disenaraikan oleh para peniaga termasuk informan adalah Brim dan bantuan rakyat B40. Menurut Responden “...*Haritu ada dapat b40 punya kan yang kerajaan bagi tu. Tapi untuk perniagaan ni lepas nak beli barang mentah gutu...*” (Responden 9,30 Oktober 2021, Kajian Lapangan).

MALAYSIA
KELANTAN

4.7 Penutup

Secara keseluruhannya dapat disimpulkan bahawa pengkaji telah menghurai secara terperinci tentang setiap data yang diperolehi daripada hasil dari kaedah kuantitatif iaitu soal selidik dan kaedah kualitatif iaitu temubual dan instrumen yang digunakan. Perbincangan dan huraian ini sekaligus mengukuhkan lagi data bagi mencapai objektif yang telah ditetapkan iaitu, pertam mengenalpasti jenis-jenis makanan tradisional yang dijual oleh para peniaga makanan secara kecil-kecilan di Kuala Kedah. Objektif kedua iaitu mengenalpasti impak pandemik ini kepada peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan dan ketiga iaitu menganalisis usaha yang diambil oleh para peniaga bagi mengatasi kerugian penjualan makanan sepanjang covid-19.

BAB 5

KESIMPULAN DAN CADANGAN

5.0 Pengenalan

Bab lima membincangkan kesimpulan keseluruhan bab iaitu merangkumi lima bab iaitu bab satu sebagai pengenalan, bab dua tentang kajian literatur yang dijadikan rujukan daripada pengkaji lepas. Bab tiga iaitu metodologi kajian yang digunakan sepanjang kajian dibuat. Bab empat merangkumi dapatan kajian iaitu hasil data yang diperolehi. Terakhir adalah bab lima, merangkumi rumusan dan cadangan.

5.1 Rumusan

Bab satu membincangkan tentang pengenalan, latar belakang kajian, permasalahan kajian, objektif kajian, skop kajian, limitasi kajian, kepentingan kajian kepada individu, masyarakat dan kerajaan. Seperti di huraikan, pengkaji menjelaskan terlebih dahulu permasalahan kajian ini adalah disebabkan Pandemik Covid-10 yang berlaku di Malaysia yang memberi kesan kepada para peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan di sekitar Kuala Kedah. Justeru, kajian ini menfokuskan kepada para peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan di lokasi kajian iaitu Kawasan sekitar Kuala Kedah. Bab satu ini merupakan rangka keseluruhan bagi tajuk kajian yang dijalankan. Merangkumi kepentingan kajian ini iaitu kepada pihak yang terlibat. Seperti dinyatakan pengkaji kepentingan individu, masyarakat dan kerajaan dalam membiasakan diri dengan situasi pandemik dari skop perniagaan dan ekonomi negara.

Bab dua membincangkan tentang sorotan kajian lepas yang aplikasi teori yang digunakan. Bab ini menghuraikan sorotan kajian dalam menjadi rujukan kepada pengkaji. Selain itu, menghuraikan tentang teori yang dipakai iaitu teori konflik oleh Karl Marx (1932) dan kaitan antara teori konflik ini dengan tajuk kajian bagi

menekankan tentang kesan yang dihadapi oleh masyarakat dan peniaga kecil-kecilan. Sorotan kajian pula, menjadi panduan kepada pengkaji untuk dirujuk dengan lebih mendalam agar maklumat dan kesahihan pernyataan itu tepat.

Bab tiga iaitu metodologi kajian merangkumi kaedah penyelidikan yang diguna adalah pendekatan kaedah campuran iaitu kaedah kualitatif dan kaedah kuantitatif. Bagi kaedah kualitatif, pengkaji menggunakan temubual dan pemerhatian secara terus dalam memperolehi data. Manakala, bagi kaedah kuantitatif pengkaji menggunakan kaedah borang soal selidik yang diedarkan kepada saiz sampel yang telah ditetapkan iaitu seramai 110 orang responden. Pengumpulan data pula dibahagikan kepada dua iaitu data primer dan data sekunder. Bagi data primer adalah kaedah temubual dan soal selidik. Data sekunder adalah dari hasil kepustakaan. Analisis data turut dibincangkan pengkaji iaitu dengan menggunakan analisis tematik dan analisis deskriptif. Analisis tematik digunakan bagi data yang diperolehi daripada pendekatan kualitatif dan analisis deskriptif digunakan kepada data pendekatan kuantitatif.

Bab empat merangkumi analisis data yang diperolehi dengan menggunakan pendekatan kaedah campuran iaitu pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif. Antara yang dihuraikan pada bab ini adalah demografi responden, jenis-jenis makanan tradisional yang dijual oleh para peniaga bagi menjawab objektif pertama kajian. Menghuraikan tentang dapatan hasil daripada impak Pandemik Covid-19 kepada peniaga dengan membandingkan hasil penjualan sebelum dan hasil penjualan selepas. Selain itu, data bagi inisiatif yang diambil oleh para peniaga makanan tradisional turut dihuraikan oleh pengkaji

Hasil dapatan utama bagi kajian yang dijalankan ini adalah hasil dapatan kajian menunjukkan bahawa impak pandemik ini memberi kesan kepada peniaga makanan tradisional dalam menjalankan perniagaan mereka seperti dahulu serta bertahan dengan norma baharu ini. Selain itu, peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan turut menggunakan inisiatif baharu yang dapat membantu dalam mempromosikan makanan tradisional kepada pelanggan. Kajian ini dilihat mempunyai nilai kepada individu yang ingin menceburi bidang perniagaan dalam norma baharu ini.

5.2 Cadangan

Impak pandemik Covid-19 ini telah memberi kesan bukan sahaja bagi peniaga kecil-kecilan malahan bagi penjaja dan individu yang baru ingin memulakan perniagaan mereka. Jadi semua pihak memainkan peranan dalam memastikan ekonomi negara kembali pulih. Oleh itu, terdapat beberapa cadangan yang dapat diambil untuk mengatasi impak pandemik ini kepada peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan di sekitar Kawasan Kuala Kedah.

5.2.1 Kajian akan Datang

Berdasarkan hasil dapatan kajian ini, pengkaji akan datang harus mengkaji dengan lebih meluas tentang impak Pandemik Covid-19 ini kepada peniaga di seluruh Kawasan Kuala Kedah iaitu secara langsung meluaskan saiz sampel dari pengkaji sebelumnya. Selain itu, kajian tentang impak pandemik kepada para peniaga ini turut tidak mempunyai rujukan yang tepat melalui sorotan kajian kerana isu ini baharu dan tidak ramai yang mengkajinya secara meluas. Jadi peranan pengkaji akan datang adalah untuk memberi pengetahuan yang lebih meluas kepada pembaca mahupun pengkaji lain tentang isu kajian ini.

5.2.2 Usaha Kerajaan Menfokuskan Peniaga Kecil-Kecilan

Kerajaan adalah pihak yang bertanggungjawab dalam memastikan masyarakat tidak mengalami kesan yang teruk akibat norma baharu ini. Menjadi tugas kerajaan dalam membantu golongan yang terjejas sepanjang pandemik ini. Jadi, kerajaan perlu mengambil langkah baharu dalam membantu golongan peniaga makanan tradisional ini bagi kelangsungan hidup mereka. Antara perkara yang dapat difokuskan adalah menerusi bengkel yang diadakan bagi melatih golongan peniaga kecil-kecilan ini untuk beralih kepada perniagaan platform digital. Ini sekaligus dapat memberi ruang baharu kepada mereka dalam mempelajari bagaimana berniaga secara dalam talian. Secara langsung, dengan kaedah ini peniaga kecil-kecilan dapat berniaga dari rumah dan mengurangkan kos kerugian yang ditanggung sepanjang pandemik Covid-19 ini.

5.2.3 Institusi pendidikan dalam Memupuk Minat Golongan Muda Menceburi Perniagaan

Golongan muda adalah pemangkin masa hadapan dalam menjamin kemajuan negara. Wajar golongan muda ini diberi galakkan dan sokongan tentang perniagaan dari di bangku sekolah lagi. Institusi memainkan peranan dalam melahirkan minat golongan muda untuk mempelajari perniagaan dan konsep yang betul. Hal ini dapat menjamin anak muda dalam berjaya dari segi perniagaan walaupun baru bermula dari bawah. Institusi sekolah perlu fokus kepada subjek teras kepada perniagaan, selain mengadakan hari keusahawanan bagi mereka menanamkan sikap ingin menceburi bidang ini pada masa hadapan.

5.3 Penutup

Diharapkan agar kajian ini memberi manfaat dan pengetahuan bahru kepada pengkaji yang akan datang. Pengkaji juga berharap agar kajian ini jelas dan difahami oleh pembaca yang ingin mengetahui impak pandemik ini kepada masyarakat terutama golongan peniaga makanan tradisional secara kecil-kecilan. Selain itu, menerusi kajian ini, dapat ditonjolkan makanan tradisional masyarakat melayu dalam mengetengahkan identiti makanan tradisional. Sekaligus dapat melestarikan makanan tradisional iaitu warisan tidak ketara yang perlu dijaga agar tidak pupus pada masa akan datang

RUJUKAN

- 1MTKPI (2006-2010). 1Malaysia Tourism Key Performance Indicators. Malaysia: Ministry of Tourism Malaysia.
- Raji, M. N. A., Karim, S. A., Arshad, M. M., & Ishak, F. A. C. (2018). Community development through food tourism: exploring the utilization of local food as community development at rural destination in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(10), 937-951.
- Ismail, N. A. (2020). The impact of COVID-19 on the environment. *FBM INSIGHTS Universiti Teknologi MARA Cawangan Kedah vol. 2, 2*, 50-52.
- Ahmad, M. Z., Ibrahim, J. A., & Abdul Razak, N. (2012). Pembangunan pelancongan Kuala Kedah untuk " semua": Kriteria dan tanda aras kelestarian untuk pertimbangan.
- Anuar, A. N. A., Ahmad, H., Hussain, M. Y., & Buang, A. (2012). Dasar Pelancongan di Malaysia: Ke Arah Destinasi Mesra Pelancong. *Akademika*, 82(3), 77-91.
- Ahmad S,A,Mohd.Y M,Poliana R.S, Amirul F,A, Recquel R,& Khalid,L (2019,Oktober 5). Persaingan Tidak Sihat Punca Peniaga Bumiputera Ketinggalan. Retrieved from <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2019/10/614282/persaingan-tak-sihat-antara-punca-peniaga-bumiputera-ketinggalan>
- Ali, N., Andin Selamat, A. S., & Mohamed Isa, Z. (2020). The impact of COVID-19 Pandemic on business. *FBM INSIGHTS Universiti Teknologi MARA Cawangan Kedah vol. 2, 2*, 35-36.
- Arif, S. (2009). Keupayaan Pemasaran dalam kalangan Pengusaha kecil makanan halal di Melaka tengah: satu kajian Awal. *Jurnal Pengajian Umum Asia Tenggara*.
- Aziz, A. R., & Pawi, A. A. A. (2018). Menghurai Lanskap Kulineri Melayu Dalam Era Pasca Globalisasi. *Jurnal Melayu Sedunia*, 1(1), 137-161
- Badaruddin, M. & Yusnita, Y. (2005). Malaysian domestic travelers: characteristic and behavior.
- Berita harian (2020)
<https://www.sinarharian.com.my/article/73742/KHAS/Covid-19/Ancaman-Covid-19diChina-bermula-sejak-November-2019>
- Berita Harian (2021)
<https://www.hmetro.com.my/bisnes/2021/08/738007/barang-makin-mahal>
- Bernamea. (2020). COVID-19 beri impak besar KDNK Malaysia - Bank Dunia. Retrieved June 1, 2020, from Berita Harian website: <https://www.bharian.com.my/bisnes/lain%02lain/2020/04/675645/covid-19-beri>

impak-besar-kdnk-malaysia-bank-dunia

Calvin Cheng (2020). COVID-19 in Malaysia: Economic Impacts & Fiscal Responses, Institute of Strategic and International Studies COVID-19 in Malaysia: on JSTOR

Chon K, Im, H,J,(2006) The 7th Biennial Conference on Tourism in Asia *Tourism, Hospitality & Foodservice Industry in Asia: Development, Marketing & Sustainability*

Donovan & Ho (2020, March 25). Retrenchment of Workers due to COVID-19.

Farique, M. A. M., & Fauzi, M. A. M. (2021). Implikasi Pandemik COVID-19 terhadap Ekonomi Global dan Ekonomi Malaysia. *International Journal of Interdisciplinary and Strategic Studies*,

Fatah, M. F. A., & Ashaari, M. F. (2020). Asimilasi Masyarakat Cina dengan Orang Melayu di Kelantan [Asimilation of Chinese Community and Malays in Kelantan]. *BITARA International Journal of Civilizational Studies and Human Sciences* (e-ISSN: 2600-9080), 3(2), 186-198.

Fazlinda N, Hanim K, Fabiel N, Langgat J (2020) Impact of Covid-19 Pandemic Crisis on Micro-Enterprises: Entrepreneurs' Perspective on Business Continuity and Recovery Strategy. In: *Journal of Economics and Business*, The Asian Institute of Research

Hafizi,R,(2020,November 22), Asimilasi Budaya Tempatan Jadikan Masakan Portugis dan Peranakan Unik. Retrieved from <https://www.astroawani.com/gaya-hidup/asimilasi-budaya-tempatan-jadikan-masakan-portugis-dan-peranakan-unik-268374>

Hassan O, Siti H,Y.,Hazira,A,Z & Baharom,B (2021, Mei 23) Peniaga, Penjaja Lega, Berita Harian. Retrieved from <https://www.bharian.com.my/berita/nasional/2021/05/819899/peniaga-penjaja-kecil-lega>

Heike A. Schänze, (2013). The Importance of 'Social' in Family Tourism Holly Hyun-jung Im <https://dnh.com.my/retrenchment-of-workers-due-to-covid-19/>

Ibrahim Z.A, Anuar.A.R (2016) Penentu keterlibatan nelayan pesisir pantai dalam aktiviti bukan pertanian di Kuala Kedah, Kedah

Ibrahim, J.A., Ahmad, M.Z, Salleh M,H (2008) Membangunkan Kuala Kedah sebagai Destinasi Pelancongan Warisan :Penerapan Konsep Pembangunan Pelancongan Lestari

Ibrahim, J.A., Ahmad, M.Z. (2008) Pelancongan Negeri Kedah Darul Aman: Isu dan Cabaran

Ismail N.A., (2020) The Impact of Covid-19 on The Environment

Isam, H., Abd Aziz, M. A. I., Khreedah-Oh, A., & Widagdo, J. (2021). Budaya Serumpun Dalam Penghasilan Kuih Tradisional Melayu Di Malaysia, Indonesia Dan Thailand. *Jurnal Melayu Sedunia*, 4(1), 290-312.

Jabatan Perangkaan Malaysia (2020)

https://www.dosm.gov.my/v1/index.php?r=column/cthemedByCat&cat=481&bul_id=U05RQmY4cU1MK1FQdDRMSmNURIVrdz09&menu_id=azJjRWpYLOVBYU90TVhpclByWjdMQT09

Jebril, N. (2020). World Health Organization Declared a Pandemic Public Health Menace: A Systematic Review of the Coronavirus Disease 2019 “COVID-19”.

Kementerian Perdagangan Dalam Negeri Dan Hal Ehwal Pengguna Retrieved from <https://www.kpdnhep.gov.my/ms/aktiviti-kpdnhep/12-perdagangan/perniagaan/penjaja-dan-peniaga-kecil.html>

Kerajaan Negeri Kedah (2008). Official Kedah State Government Tourism Portal:

Leam, L (2020) The socioeconomic impacts of COVID-19 in Malaysia: Policy review and guidance for protecting the most vulnerable and supporting enterprises https://www.ilo.org/asia/publications/WCMS_751600/lang--en/index.htm

Linh, H.H. & Bouchon, F. (2013). The relationship between food constraints and destination choice of Malaysian Muslim travelers. *Asia Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*,

Mapajabil J, Yusof N, Jusoh A.T.M Transformation Of Economic Development In The State Of Kedah: Historical Perspective

MTPB (2012). <https://www.tourism.gov.my/>

Mudiana, M (2021) Kuih Tradisional Tempatan Diancam Kepupusan, Retrieved Mei 10, 2021 from <https://dewanbudaya.jendeladbp.my/2021/05/10/kuih-tradisional-tempatan-diancam-kepupusan/>

Mykletun, R.J. & Gyimothy, S. (2010). Beyond the renaissance of the traditional Voss sheep's head meal: tradition, culinary art, scariness, and entrepreneurship.

Na, U. (2016). Factors Influencing Destination Food Image in Penang World Heritage Site
 Nasuha B,H, (2015,Julai 18) Kepentingan Sarapan Pagi. Retrieved from
<https://www.bharian.com.my/bhplus-old/2015/07/68630/kepentingan-sarapan-pagi>

Omar.S.N, (2018) Malaysian Heritage Food (MHF): a Review On Its Unique Food Culture,
 Tradition and Present Lifestyle, International Journal of Heritage, Art and Multimedia
<http://ijham.com/>

Peniaga, Penjaja Kecil Terus Tabah Hadapi Kesan Pandemik Covid-19. (2021,Mei 31),
Utusan Borneo Online retrieved from:
<https://www.utusanborneo.com.my/2021/05/31/peniaga-penjaja-kecil-terus-tabah-hadapi-kesan-pandemik-covid-19>

Portal Rasmi Jabatan Perangkaan Malaysia (2020) Retrieved from
https://www.statistics.gov.my/v1_/

Rahman, A. A. R. A., Ahmad, W. I. W., & Ismail, Z. (2011). Pengetahuan dan Penghayatan
 Konsep Makanan Halal Pengusaha Makanan Tradisional Negeri Kelantan dan
 Terengganu. *Jurnal Pembangunan Sosial*, 14, 109.

Raji, M. N. A., Ab Karim, S., Ishak, F. A. C., & Arshad, M. M. (2017). Past and present
 practices of the Malay food heritage and culture in Malaysia. *Journal of Ethnic Foods*,

Rakyat Selangor Paling Minat Nasi Lemak di Malaysia,(2021 Mei 17) Malaysia Now.
 Retrieved from
<https://www.malaysianow.com/berita/2021/03/17/rakyat-selangor-paling-minat-nasi-lemak-di-malaysia/>

Ramli, A. M., Zahari, M. S. M., & Talib, S. A. (2014). Identification of Food Heritage: Food
 Identity Analysis on Demographic Background. In *National Research & Innovation
 Conference for the Graduate Students in Social Sciences*.

Ramli, A. M., Zahari, M. S. M., Halim, N. A., & Aris, M. H. M. (2016). The knowledge of
 food heritage Identithy in Klang Valley, Malaysia. *Procedia-Social and Be*

Ramli, A. M.D., Sapawi, D. K. A., & Zahari, M. S. M. (2020). The determinants of food
 heritage based on age in Klang Valley, Malaysia. *Journal of Tourism, Hospitality &*

Culinary Arts,

Ramli, A., & Zahari, M. (2014). Determinants of food heritage in Malaysia context. *Theory and Practice in Hospitality and Tourism Research*.

Ramli, A., Zahari, M. M., Ishak, N., & Sharif, M. M. (2013). Food heritage and nation food identity formation. *Hospitality and Tourism: Synergizing Creativity and Innovation in Research*

Ratnasingam, M. (2010). National Identity: A Subset of Social Identity

Shazwan (2020, Ogos 2) Covid-19 Jejaskan Sektor Pertanian. Retrieved from <https://www.kosmo.com.my/2020/08/02/covid-19-jejaskan-sektor-perniagaan/>

Siti, F. E. S. (2020 Februari 19) Atur Masa Makan Mengikut Masa dan Jam Badan. Retrieved from <https://www.sinarharian.com.my/article/70668/LIFESTYLE/Sinar-Aktif/panduan-makan-ikut-jam-badan-pemilihan-makanan>

Usahawan Kuih Tradisi Melayu diberi Peluang Tampil Jualan di Hotel Lima Bintang Pulau Pinang. (2021 April 8) Berita. Retrieved from <https://berita.mediacorp.sg/gaya-hidup/usahawan-kuih-tradisi-melayu-diberi-peluang-tampil-jualan-di-39936>

Utusan Borneo Online (2020) Peniaga dan pengusaha dialu-alukan jadi rakan strategik KGC <https://www.utusanborneo.com.my/2020/10/14/peniaga-dan-pengusaha-dialu-alukan-jadi-rakan-strategik-kgc>

Zaharibb (2015) Gulai Ikan Temenung Di Utara, (8, Oktober, 2015) Retrieved from: <https://zaharibb.com/2015/08/10/gulai-ikan-temenung-di-utara/>

Zahir, Z. (2016) Makanan Tradisional Etnik di Malaysia. Retrieved from <http://zahirzainudin.blogspot.com/2016/04/makanan-tradisional-etnik-di-malaysia.html>

Zahrin A., (2021, Ogos 21) Harapan Persatuan Perniagaan. Retrieved from <https://www.hmetro.com.my/bisnes/2021/08/743760/harapan-persatuan-perniagaan>

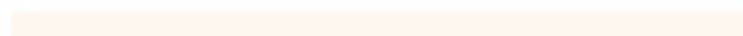
Zakaria, A., & Abd Wahab, N. Tahap Pengetahuan Dan Faktor Terpilih Terhadap Pemilihan Kuih Tradisional Dalam Kalangan Belia Fakulti Pengajian Pendidikan, Universiti

PutraMalaysia. *FamilyEdu: Jurnal Pendidikan Kesejahteraan Keluarga*, 5(2), 75-86.

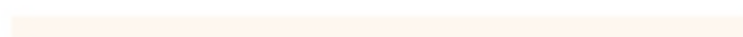
Zulfikar, D. (2019). Pengolahan dan Penyajian Makanan Malaysia. Retrieved from <https://osf.io/preprints/inarxiv/35yae/>



UNIVERSITI



MALAYSIA



KELANTAN