



UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

**KAJIAN TERHADAP REKABENTUK PEMBUNGKUSAN PRODUK
PERUSAHAAN KECIL SEDERHANA (PKS) TEMPATAN: PRODUK
BELACAN**

Oleh

AFINA BINTI AZNAN

(C17A0003)

Tesis ini dikemukakan sebagai memenuhi syarat Penganugerahan

Ijazah Sarjana Muda Teknologi Kreatif dengan kepujian

(Komunikasi Visual)

FAKULTI TEKNOLOGI KREATIF

UNIVERSITI MALAYSIA KELANTAN

2021

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.

Disahkan oleh:



(Tanda tangan pelajar)

Tarikh : 2 Julai 2021



(Tanda tangan penyelia)

Nama :
Tarikh:

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

ACKNOWLEDGEMENT

Acknowledgement should include a brief statement of thanks in recognition of special assistance and guidance given by individuals, institutions or government bodies.



PENGHARGAAN

Setinggi penghargaan saya tujukan khas terlebih dahulu kepada kedua-dua ibu bapa saya yang telah banyak memberi dorongan dan keperluan-keperluan dalam membantu menjayakan projek Tahun Akhir Komunikasi Visual iaitu Kajian Rekabentuk Pembungkusan Produk Belacan.

Saya juga ingin merakamkan jutaan terima kasih kepada Penyelia saya iaitu YM.Tengku Fauzan Binti Tengku Anuar yang telah memberi tunjuk ajar serta sanggup meluangkan masa semasa proses penyelidikan ini dijalankan.

Penghargaan saya juga ditujukan kepada pengusaha-pengusaha produk belacan terutamanya pada Puan Normah Ahmad iaitu seorang pengusaha produk belacan kerana sanggup membantu dan memberi kerjasama sepenuhnya kepada saya dalam memperolehi sumber maklumat yang diperlukan bagi menyiapkan projek penyelidikan ini.

Tidak ketinggalan juga pada rakan-rakan seperjuangan yang telah memberi sumbangan mereka secara langsung dan tidak langsung dalam menjalankan projek ini.

Akhir kata, sekali lagi saya ingin mengambil peluang ini untuk merakamkan penghargaan yang tidak ternilai kepada semua pihak yang telah mencurahkan jasa bakti yang ikhlas dalam membantu saya merealisasikan projek penyelidikan ini.

ABSTRAK

Penyelidikan ini bertujuan untuk mengenalpasti segala kelemahan yang ada pada pembungkusan produk belacan dan mengambil langkah sistematik untuk memperbaiki rekabentuk pembungkusan produk belacan supaya ia kelihatan berkualiti, berdaya saing dan dapat menarik lebih ramai pengguna untuk mencuba produk tersebut. Kajian ini diharap dapat membantu pengusaha untuk memperbaiki pembungkusan produk belacan supaya dapat mempertingkatkan kualiti secara keseluruhan produk tersebut bagi mengembangkan pasaran ke peringkat antarabangsa.

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

ISI KANDUNGAN

NO	PAGE
TAJUK	
PENGESAHAN THESIS	1
PENGESAHAN PENYELIA	
PENGHARGAAN	2
ABSTRAK	3
ISI KANDUNGAN	4-5
BAB 1	
1.0 PENDAHULUAN	
1.1 Pengenalan	6-12
1.1.1 Latar Belakang Produk Belacan	12
1.1.2 Isu-isu Berkaitan Produk Belacan	13
1.1.3 Proses Pembuatan Produk Belacan	13
1.2 Permasalahan Kajian	14
1.3 Objektif Kajian	15
1.4 Kepentingan Kajian	16
1.5 Skop Kajian	16
1.6 Ringkasan Bab	17
BAB 2	
2.0 KAJIAN LEPAS	
2.1 Pengenalan	18
2.2 Elemen Pembungkusan	
2.2.1 Tanda Jenama	20
2.2.2 Pemasaran Produk	20
2.2.3 Elemen Grafik Dalam Pembungkusan	22
2.2.4 Elemen-Elemen Reka Bentuk Permukaan Pembungkusan	23
2.2.5 Ciri-Ciri Yang Perlu Ada Pada Reka Bentuk Struktur Pembungkusan	25
2.3 Teori Pembungkusan Makanan	26

BAB 3**3.0 METODOLOGI KAJIAN**

3.1 Sumber Pengumpulan Data	32
3.2 Kaedah Kajian	33
3.2.1 Kaedah Kualitatif	34
3.2.2 Kaedah Kuantitatif	34
3.3 Data Primer	34
3.3.1 Soal Selidik	35
3.3.2 Pemerhatian	35
3.3.3 Wawancara	36
3.4 Tempat Kajian	37

BAB 4**4.0 ANALISIS DATA DAN PEMBANGUNAN PRODUK**

4.1 Pendahuluan	38
4.2 Analisis Data	38
4.2.1 Analisis Dapatan Kajian	39
4.2.2 Analisis Data Keseluruhan	41
4.3 Pembangunan Produk	41
4.3.1 Rekabentuk Pembungkusan Belacan	41
4.4 Produk Akhir	45
4.5 Penilaian Produk Akhir	50

BAB 5 CADANGAN DAN KESIMPULAN

5.1 Cadangan	54
5.2 Kesimpulan	55

BIBLIOGRAFI / RUJUKAN**LAMPIRAN**

BAB 1

1.0 PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan

Pembungkusan ialah penggunaan bahan semula jadi atau bahan mentah buatan manusia untuk membungkus sesuatu produk sebelum dipasarkan. Pembungkusan berfungsi untuk melindungi daripada serangan serangga yang boleh menyebabkan produk menjadi tidak berkualiti dan tidak tahan lama. Disamping itu, ia juga berfungsi untuk memudahkan proses pengangkutan produk dari satu tempat ke tempat yang lain seperti dari pihak pengeluar ke pengguna terakhir. Merujuk kepada Kamus Dewan Edisi Baru terbitan Dewan Bahasa dan Pustaka (1989); pembungkusan boleh diertikan sebagai perbuatan (kerja / proses membungkus). Melalui pembungkusan, maklumat dapat disampaikan terus kepada pengguna tanpa memerlukan orang tengah. Hal ini kerana setiap pembungkusan mempunyai segala maklumat yang diperlukan oleh pengguna atau pembeli mengenai sesuatu 2 produk seperti kandungan produk, tarikh dikeluarkan dan tarikh luput dan juga maklumat mengenai pengeluar. Secara tidak langsung ia boleh dijadikan bahan komunikasi antara pengeluar dengan pengguna tanpa melalui orang tengah. Reka bentuk pembungkusan merangkumi dua aspek penting iaitu bentuk dan fungsi. Bentuk bermaksud bentuk bekas yang boleh dilihat dan disentuh secara tiga dimensi serta mempunyai reka letak label yang memaparkan ilustrasi yang menarik dan berjaya menyampaikan mesej. Manakala fungsi pula adalah cara mengendalikan atau menggunakan sesuatu produk. Secara asasnya, pembungkusan merangkumi bahan atau bekas yang digunakan dan label pada permukaan bekas tersebut. Bahan dan bentuk bekas yang bersesuaian mampu memberikan fungsi yang praktikal kepada pengguna. Manakala label yang memaparkan maklumat, tanda jenama dan imejan yang baik serta bersesuaian dengan konsep akan menarik perhatian pengguna untuk mendekatinya.

Pembungkusan merupakan sejenis penggabungan elemen-elemen seni, sains dan teknologi bagi menyediakan sesuatu produk untuk tujuan pengangkutan, pengagihan, penyimpanan, penjualan dan pemakanan. Dahulu pembungkusan hanya

digunakan untuk menyimpan dan melindungi produk-produk dari kerosakan. Pembungkusan terdahulu banyak menggunakan bahan-bahan seperti kulit binatang, daun, kertas, kaca serta bahan-bahan yang asli. Namun begitu pada masa sekarang pembungkusan mempunyai nilai komersial dan mampu berfungsi sebagai daya tarikan orang ramai untuk membeli dan sebagai perhatian sekali pandang apabila produk itu diletakkan bersama dengan pesaingnya.

Reka bentuk yang dicipta hendaklah bersesuaian kerana ia akan menjalani beberapa peringkat pemprosesan seperti penghantaran, teknologi dan sebagainya. Namun begitu rekabentuk pembungkusan juga turut mementingkan aspek-aspek kebersihan dalam pemprosesannya. Ianya bertujuan agar produk yang dibungkus terjamin dan tidak menjejaskan kesihatan pengguna.

Pembungkusan yang menarik merupakan pembungkusan yang mempertimbangkan nilai-nilai seperti :

- Fungsi
- Nilai estetik
- Bahan yang digunakan dalam pembuatan pembungkusan
- Pembungkusan yang dihasilkan hendaklah berfungsi dengan baik dan melindungi isi kandungan dari segala ancaman.

Pembungkusan juga hendaklah menekankan elemen-elemen penting dalam pembungkusan seperti :

- Keselamatan iaitu memastikan isi kandungan sentiasa berada dalam keadaan menarik.
- Penyimpanan iaitu dapat meletakkan barangan di dalamnya.

- Maklumat iaitu informasi penting berkenaan dengan produk seperti memaparkan visual dan ilustrasi, isi kandungan, tarikh luput, kod bar, kuantiti, jaminan dan sebagainya.
- Teknik produksi pengeluaran serta cara kegunaan.
- Pembungkusan mesra alam, iaitu hendaklah menggunakan bahan pembuatan yang tidak mendatangkan pencemaran alam.

Pembungkusan mempunyai fungsi-fungsi penting dalam melindungi produk-produk dan isi kandungan. Antara fungsi-fungsinya adalah :

- Melindungi iaitu memastikan bahan pembuatan untuk menghasilkan pembungkusan mempunyai jaminan ketahanan dari segi rekabentuk supaya selamat sampai pada tangan pengguna tanpa mengalami kerosakkan, dan makanan yang disimpan tahan lebih lama dan tidak mengalami kerosakkan.
- Senang di bawa, rekabentuk pada pembungkusan hendaklah selesa untuk dipegang atau dibawa oleh pengguna.
- Mementingkan ciri-ciri persekitaran iaitu tidak menggunakan bahan pembuatan pembungkusan yang boleh membahayakan kesihatan pengguna dan tidak menjejaskan alam sekitar.

Dari segi pemasaran, pembungkusan berperanan sebagai jurujual secara senyap 'silent salesman'. Hal ini kerana tumpuan pengguna akan difokuskan pada pembungkusan terlebih dahulu apabila membeli sesuatu produk, lazimnya pengguna akan tertarik untuk membeli produk apabila ada daya tarikan pada pembungkusan. Pengguna biasanya tertarik pada kelainan rekaan pembungkusan dan patikan ia boleh diguna semula selepas digunakan.

Selain itu, penjenamaan pada pembungkusan juga sangat penting dalam memasarkan produk kerana kebanyakan pengguna selalunya bertindakbalas kepada penjenamaan dengan membuat pembelian ulangan produk yang sama dan boleh membentuk kesetiaan

pengguna. Selain itu, penjenamaan haruslah mudah disebut dan diingat oleh pengguna. Jenama yang baik seharusnya :

- Mudah disebut dan diingat
- Memberi identiti produk dan membezakan daripada persaingan
- Menerangkan produk atau fungsi produk melambangkan kualiti penting dalam produk
- Tidak mempunyai maksud negatif apabila diterjemahkan ke dalam bahasa lain
- Tidak mempunyai sebarang halangan perundangan

Teknik pembungkusan yang berada di pasaran pada masa kini mengalami perubahan secara mendadak. Perubahan yang paling ketara dapat dilihat ialah dari segi rekabentuk, taipografi, fungsi dan teknologi pembuatan dalam pembungkusan. Perubahan yang berlaku seiring dengan kemajuan negara dan persekitaran. Jika difokuskan pada industri makanan, persaingan ini amat ketara dipamerkan di kedai-kedai serta pusat membeli-belah. Namun begitu kelemahan masih dapat dilihat berdasarkan tinjauan pengkaji bahan pembungkusan yang digunakan dalam menghasilkan pembungkusan masih tidak mempunyai banyak perubahan contohnya bahan pembuatan yang digunakan masih menggunakan kotak, plastik, botol dan sebagainya. Dari perspektif itu, pengguna selaku pembeli akan membuat penilaian terhadap rekabentuk pembungkusan yang menarik. Pembungkusan yang berjaya diklasifikasikan sebagai rekaan yang mampat dan padu dengan kajian.

Permasalahan lain yang dapat dilihat oleh pengkaji dalam rekabentuk pembungkusan ialah teknik pembungkusan yang berlebihan “Over Packaging”, pembungkusan yang tidak menggunakan bahan mesra alam dan mesra pengguna serta tidak ekonomik.

Teknik pembungkusan yang berlebihan merupakan senario normal yang sering terjadi pada rekabentuk pembungkusan sekarang. Senario ini biasanya dilihat dalam produk

makanan ringan seperti coklat. Pembungkusan yang berlebihan akan menyukarkan pengguna. Sekiranya perkara ini berterusan dan tidak diatasi, hal ini akan menyebabkan kredibiliti seorang pereka menurun.

Pembungkusan tidak mesra alam ialah bahan pembuatan yang digunakan dalam pembungkusan tidak boleh di kitar semula, tidak mudah reput dan dihasilkan dari bahan kimia dan toksik. Contohnya, plastik, polisterin dan sebagainya. Hal ini kerana plastik dan polisterin merupakan bahan yang tidak mudah reput dan boleh membahayakan ekosistem, malah juga boleh membahayakan kehidupan di bumi. Kitar semula bahan buangan yang berlebihan amat penting untuk mengekalkan keindahan alam persekitaran. Namun demikian, pada masa sekarang terdapat pembungkusan yang boleh dikitar semula dan kerajaan juga telah memainkan peranan dengan menyediakan tong sampah yang berasingan untuk pembungkusan sampah yang berlainan. Bahan pembungkusan seperti ini dapat mengurangkan masalah pembuangan sampah yang berleluasa kerana pembungkusan yang terpakai tidak boleh dikitar semula.

Pembungkusan yang tidak ekonomik adalah pembungkusan yang tidak boleh diguna semula selepas digunakan dan tidak mesra pengguna. Biasanya pengguna akan membuang bungkusan produk selepas digunakan, ini akan menimbulkan masalah pencemaran alam kerana tidak semua bahan pembuatan pembungkusan yang boleh dikitar semula. Sebagai pereka, hendaklah bertanggungjawab mengatasi masalah ini dan menghasilkan satu rekaan yang boleh menarik perhatian pengguna untuk terus menyimpan bungkusan produk setelah digunakan. Pembungkusan yang boleh dikitar semula bukan sahaja dapat menyelamatkan alam persekitaran daripada pencemaran malah ia juga dapat menjimatkan kos, tenaga dan sebagainya kerana pembungkusan tersebut boleh digunakan semula setelah diproses.

Kelemahan rekabentuk pembungkusan yang paling ketara dapat dikenal pasti ialah teknik pembungkusan keluaran produk-produk IKS (Industri Kecil dan Sederhana). Contoh-contoh produk IKS ialah makanan ringan seperti keropok kering, kerepek, biskut, kuih tempatan, cencaluk, belacan dan sebagainya. Kelemahan dapat dilihat pada produk-produk IKS ialah tidak mempunyai penjenamaan tersendiri, pembungkusan

kurang menarik, tidak menekankan elemen-elemen seni reka pembungkusan dan sebagainya. Produk-produk IKS berpotensi untuk dikomersialkan ke peringkat antarabangsa contohnya produk belacan, lantas dapat memperkenalkan Malaysia di mata dunia dari segi masakan. Oleh itu, perkara yang perlu dilakukan ialah memperbaiki kelemahan pada pembungkusan, penjenamaan dan perlabelan (kod bar, kandungan nutrisi, tanda halal, tarikh luput, cara penggunaan dan sebagainya).

Rekabentuk pembungkusan berfungsi untuk melindungi isi kandungan produk dari ancaman serangga. Pembungkusan terdiri daripada bahan pembuatan seperti botol berkaca, pembungkusan dalam bentuk paket, pembungkusan plastik dan sebagainya. Mengikut kajian yang telah dijalankan oleh pengkaji, rekabentuk pembungkusan produk belacan di dalam pasaran sekarang ini adalah kurang menarik dan gagal diperlihatkan pembaharuannya. Bahan pembuatan yang biasa digunakan oleh produk belacan ialah kertas, plastik bentuk paket, daun palas dan sebagainya.

Secara kesimpulannya, pembungkusan berperanan penting dalam memasarkan produk. Pembungkusan yang baik merupakan pembungkusan yang dapat mengatasi masalah yang terdapat pada isi kandungan produk dan dapat menarik perhatian pelanggan untuk membelinya. Misalnya pembungkusan produk belacan yang masih mempunyai kelemahan dan harus diperbaiki supaya dapat bersaing dengan produk-produk yang lain.

1.1.1 Latar Belakang Produk Belacan

Belacan merupakan sejenis bahan masakan yang diperbuat daripada udang yang dimampatkan dan tahan lama. Belacan diproses daripada udang geragau atau isi udang laut yang bersaiz kecil dan setelah apabila siap diproses boleh disimpan lama untuk kegunaan masakan. Belacan mentah berbau agak busuk dan perlukan kaedah pembungkusan atau penyimpanan yang baik untuk mengurangkan bau belacan. Walaupun kaedah memproses belacan kebanyakannya masih ditahap asas atau tradisional di Malaysia tetapi beberapa orang usahawan telah berjaya untuk mengkomersilkan kaedah pembuatan belacan untuk dijual. Belacan telah dihasilkan sejak sebelum 1805 lagi. Ia

mempunyai bau yang kuat tetapi sedap dan berkhasiat dimakan. Terdapat sesetengah orang yang gemar membakarnya sedikit sebelum digunakan kerana ini membangkitkan baunya. Walaubagaimanapun, sekiranya dibakar, belacan mengeluarkan bau yang sungguh kuat.

1.1.2 Isu-isu berkaitan Produk Belacan

Belacan yang dijual di kedai runcit, di tepi jalan atau pun di pasaraya lazimnya dihasilkan oleh pengusaha tempatan. Pengguna harus bijak dalam memilih dan membeli belacan dengan memeriksa bungkusan, tarikh tamat tempoh, tanda halal, nama pembuat dan juga baunya. Ada sesetengah pembuat belacan tidak menjaga kebersihan ketika menjemur belacan yang diletakkan di atas tanah sahaja atau di atas para yang rendah dan binatang seperti anjing, ayam kucing serta lalat lalu lalang dan singgah merasa belacan dijemur tersebut. Peminat belacan juga diminta berhati-hati kerana ada pengusaha mencampurkan bahan pewarna berbahaya seperti 'Rhodamine B', yang boleh menyebabkan kanser untuk mencantikkan warna belacan yang lebih menarik. Pilih belacan yang telah dibungkus dengan baik dan ketat serta dilabel dengan lengkap untuk dirujuk. Antara jenama belacan popular di Malaysia seperti Belacan Melaka, Belacan Penang, Belacan Bintulu dan juga Belacan Sabah.

1.1.3 Proses pembuatan produk belacan

Cara membuat belacan bermula dengan mendapatkan bahan mentah utama iaitu udang. Ia berbeza bagi setiap tempat iaitu di Melaka dan Kukup, Johor mereka menggunakan udang geragau manakala di Pulau Pinang dan di Sarawak dan Sabah mereka akan menggunakan udang kecil. Udag ini dibersihkan dari kekotoran seperti tanah, pasir, batu dan buang kulit kepala bagi udang yang agak besar dan keras untuk mendapatkan isinya. Gunakan garam berkualiti dari jenis Garam Halus yang bersih dan putih. Secara tradisional kadar garam yang digunakan adalah sebanyak 10% daripada kuantiti isi udang yang hendak digunakan. Contohnya jika kita mempunyai sebanyak 50 kilogram udang maka sebanyak 5 kg garam halus digunakan untuk dapatkan belacan yang berkualiti.

Cara membuat belacan berbeza mengikut jenis udang dan teknologi pengeringan serta jenis alatan memproses yang digunakan. Di Melaka, pembuat mengaulkan bahan udang dengan garam halus sehingga rata. Susun atau letakkan udang yang telah dicampur garam diatas lantai jemuran (Nyiru atau tikar pandan yang sesuai) setebal 1.0-1.5 cm. Udang ini dijemur sehingga menjadi separuh kering. Langkah seterusnya adalah untuk mengisar udang bergaram separuh kering tadi sehingga separuh hancur dengan sedikit air. Ada yang menumbuk dalam lesung jika tiada mesin kisar (Kaedah Tradisional). Kemudian campuran tadi dimasukkan kedalam kain dan dimasukkan kedalam bekas atau tong dan ditindih dengan pemberat untuk mempadatkannya dan diperam selama satu minggu ditempat sesuai.

Selepas dipadatkan selama satu minggu keluarkan dari bungkus kain dan jika masih agak basah jemur lagi. Kemudian campuran tadi dikisar sekali lagi sehingga mendapatkan ramuan yang lebih halus dan ulang semula membungkus dalam kain dan dipadatkan dan diperam selama seminggu lagi. Setelah itu ulang cara tersebut beberapa kali dan proses pembentukan belacan dibuat sama ada Bentuk Bulat Leper (diameter antara 20 - 50 cm dengan ketebalan 1.5 - 3.0 cm) atau bentuk bongkah. Jemur belacan ini sehingga agak kering dan sesuai untuk dibuat pengreddan dan seterusnya dibungkus, di label dan boleh dipasarkan. Keseluruhan proses membuat belacan adalah antara 3 minggu (proses mudah) sehingga 8 minggu (menggunkan bahan udang besar) dan bergantung kepada jenis peralatan untuk memproses yang digunakan.

1.2 Permasalahan Kajian

Dari penyelidikan yang dilakukan, terdapat masalah yang dikesan daripada produk belacan ini. Antaranya adalah seperti yang dibawah:

- I. Reka bentuk pembungkusan pada produk Belacan masih kurang memberangsangkan, kelemahan dapat dilihat dari segi teknik pembungkusan, elemen-elemen rekebentuk, informasi yang tidak lengkap dan bahan pembuatan pembungkusan yang telah digunakan.
- II. Penggunaan tipografi, ilustrasi dan warna pada pembungkusan produk tersebut kurang memuaskan.

- III. Kelemahan dari segi penyimpanan semula selepas penggunaan. Hal ini kerana kebanyakan pembungkusan tidak memberi perlindungan pada produk tersebut setelah produk tersebut dibuka. Oleh kerana itu, pengguna terpaksa mencari inisiatif lain dengan menggunakan bekas-bekas lain untuk menyimpan baki produk yang digunakan.
- IV. Kelemahan dari segi pemasaran, misalnya periklanan dan promosi produk belacan kurang didapati. Belacan juga tidak mempunyai jenama “Branding” yang tersendiri dan kukuh.
- V. Pembungkusan sekarang masih belum dapat mengelakkan aroma dan bau pada produk belacan.

1.3 Objektif Kajian

- I. Objektif kajian ini bertujuan untuk mencipta suatu rekabentuk pembungkusan yang bermutu dan berkualiti supaya dapat bersaing di pasaran antarabangsa.
- II. Pengkaji ingin mendapatkan maklumat penting untuk membantu meningkatkan imej produk belacan dari pelbagai aspek seperti kualiti dan isi kandungan, bahan, jenama dan pembungkusan yang baik serta mempromosikan belacan ke peringkat yang lebih tinggi.
- III. Mengenalpasti bahan yang paling sesuai dalam rekaan pembungkusan produk belacan.
- IV. Menghasilkan jenama untuk produk belacan supaya dapat bersaing ke peringkat antarabangsa.
- V. Menghasilkan rekabentuk pembungkusan yang sentiasa memberi perlindungan pada isi kandungan produk tersebut walaupun pembungkusan tersebut telah dibuka dan digunakan.
- VI. Mengenalpasti tahap promosi yang dijalankan terhadap produk belacan dan media yang sesuai untuk mempromosi produk belacan.

1.4 Kepentingan Kajian

- I. Dapat menghasilkan pembungkusan produk belacan yang lebih selamat dan mudah untuk penyimpanan.
- II. Dapat mempertingkatkan lagi pemasaran produk belacan agar lebih dikenali oleh pengguna.
- III. Kualiti produk belacan dapat dipertingkatkan.
- IV. Dapat mengekalkan aroma dan bau produk belacan dengan menghasilkan pembungkusan yang lebih selamat.

1.5 Skop Kajian

Pengkaji mengkhususkan kajian kepada permasalahan pembungkusan produk belacan dipasaran. Selain itu, pengkaji mengambil beberapa contoh rekabentuk pembungkusan produk belacan di pasaran untuk dikaji.

Pengkaji juga membuat kajian dari segi elemen-elemen pembungkusan dalam produk belacan seperti penggunaan tipografi, penggunaan warna, ilustrasi, rekabentuk dan bahan pembungkusan yang sesuai untuk produk belacan.

Di samping itu, pengkaji juga telah mengenalpasti jenama dan promosi yang sesuai untuk meningkatkan kualiti produk belacan pada peringkat antarabangsa. Penyelidik mengecilkan lagi skop kajian apabila menggunakan prespektif pengguna sebagai jurusan utama dalam menjalankan penyelidikan ini.

1.5 Ringkasan Bab

Dalam bab ini, penyelidik mentakrifkan bahawa penyelidikan yang dijalankan ini akan menghasilkan pencapaian atau keputusan yang menggalakkan ataupun sebaliknya. Disamping ingin melihat produk belacan tempatan mempunyai kualiti yang tinggi dari segi rekabentuk, penggunaan bahan, fungsi, nilai estetika, peragaan(display) dan promosi yang menyeluruh.

Semua maklum balas dari informasi mengenai pembungkusan produk belacan yang dikaji akan memperbaiki kelemahan pada produk belacan dan menghasilkan pencapaian yang memberangsangkan.

Selain itu, pengkaji dapat mengenali dan mempelajari dengan lebih dekat mengenai produk-produk belacan yang sedia ada di pasaran sekarang.



BAB 2

2.0 KAJIAN LEPAS

2.1 Pengenalan

Kajian lepas merupakan satu laporan yang terdapat dalam kesusasteraan yang menjadi sebahagian dari disiplin penulisan penyelidikan bagi menyokong topik kajian. Selain itu, kajian lepas ini dapat membantu setiap kupasan dan hujah bagi mengukuhkan penyelidikan dengan bantuan pernyataan atau fakta yang digunakan adalah bersesuaian dan perspektif yang sama dari pelbagai buku atau penyelidikan yang telah dilakukan sebelum ini. Oleh itu, kajian lepas ini akan dapat membantu dalam kajian reka bentuk pembungkusan agar kajian ini tidak terpesong daripada tajuk kajian. Kajian lepas ini akan dapat membantu penyelidikan ini dari segi pengukuhan terhadap huraian dan hujah yang diutarakan dalam kajian ini melalui buku dan untuk mencapai objektif kajian ini. Dalam kajian ini, pengkaji akan mengkaji berkaitan reka bentuk pembungkusan produk belacan. Seperti yang kita sedia maklum pembungkusan ialah sains, seni dan teknologi untuk melindungi dan memelihara kualiti sesuatu barangan semasa dihantar, disimpan atau dipamerkan.

Pembungkusan merupakan satu konsep yang digunakan untuk melindungi apa jua produk yang memerlukan pembungkusan kerana setiap produk yang dihasilkan perlu dilindungi. Ini adalah untuk menjamin ketahanan serta keselamatan produk tersebut. Sesuatu pembungkusan perlulah mementingkan aspek-aspek kebersihan dalam pemrosesannya.

Pembungkusan adalah penggunaan bahan-bahan semulajadi atau bahan buatan manusia untuk membungkus sesuatu produk sebelum ia dipasarkan. Pembungkusan mempunyai daya tarikan tersendiri untuk berkomunikasi dengan pengguna. Ini bermaksud sesuatu yang mempunyai warna, ilustrasi, informasi, dan juga taipografi yang menarik dan jelas dapat menyampaikan dan menjadi tarikan pembeli. Reka bentuk pembungkusan bermaksud konsep pembungkusan itu sendiri yang terdiri daripada dua aspek penting iaitu bentuk dan fungsi pembungkusan tersebut. Bentuk (form) bermaksud pembungkusan yang boleh dilihat dan disentuh serta mempunyai rekaan

atau ilustrasi yang menarik. Fungsi adalah kegunaan kepada pembungkusan sesuatu produk. Sesuatu reka bentuk pembungkusan yang baik amat bergantung kepada fungsinya. Fungsi dari segi kegunaan selepas diguna, menarik perhatian dan ergonomik.

Pembungkusan yang dibuat memberi gambaran yang jelas tentang produk yang ingin dipasarkan. Pembungkusan sesuatu produk yang baik dapat menarik perhatian pengguna dan pembeli. Oleh kerana itu dalam pembungkusan elemen-elemen grafik perlu ditekankan dari segi warna, ilustrasi, taipografi dan rekabentuk. Sesuatu pembungkusan yang baik juga mestilah bersifat mesra alam yang berkonsepkan 3R. 3R yang bermaksud reduce ialah mengurangkan jumlah bahan buangan, reuse ialah bahan yang boleh digunakan semula dan recycle ialah sesuatu bahan itu dapat dikitar semula.

Kesimpulanya, pembungkusan adalah berkait rapat dengan reka bentuk pembungkusan untuk menghasilkan sesuatu pembungkusan yang menarik dan berfungsi melindungi, penghantaran, selamat digunakan serta bertujuan meluaskan pasaran ke peringkat antarabangsa.

2.2 ELEMEN PEMBUNGKUSAN

2.2.1 Tanda jenama

Merupakan salah satu elemen grafik yang penting dalam sesuatu pembungkusan.

Tanda jenama merupakan nama yang diberi kepada sesuatu produk atau perkhidmatan. Tanda nama berfungsi untuk memperkenalkan produk atau sesuatu perkhidmatan itu kepada pembeli. Penggunaan taipografi atau huruf serta tanda simbol adalah untuk mencipta satu tanda jenama kepada sesuatu produk tersebut. Jenama penting kepada pengeluar untuk memperkenalkan produk keluaran mereka manakala pembeli memerlukannya untuk membezakan sesuatu produk dengan produk lain yang telah sedia ada dipasaran.

2.2.2 Pemasaran produk

Dalam lambakan produk keluaran import di pasaran, produk keluaran tempatan dilihat mempunyai ruang yang terhad untuk bersaing di pasaran Malaysia. Pelbagai tanda tanya yang tidak terjawab mengapa produk ini kurang mendapat perhatian oleh pembeli. Bagaimanakah cara untuk pengusaha produk tempatan membuktikan bahawa produk mereka setanding dengan produk keluaran syarikat yang sudah dikenali.

I. Media sosial sebagai platform untuk promosi

Seperti umum sedia maklum bahawa pengusaha produk keluaran tempatan ini terdiri dari pengusaha kecil-kecilan atau usahawan desa yang mengusahakan perniagaan dari rumah. Pasaran produk mereka juga terhad hanya di beberapa kawasan tertentu. Di sini lah pengusaha ini harus memanfaatkan penggunaan gadget dan media social sebagai medium untuk mempromosi produk keluaran mereka dan ianya percuma.

Mereka hanya harus memuat turun aplikasi seperti Facebook dan Instagram dan memuat naik gambar dan menyertakan lokasi perniagaan, nombor telefon dan alamat email untuk memudahkan individu yang berminat mencuba produk anda. Pengusaha belacan dan keropok losong haruslah mencuba alternatif ini.

II. Alternatif promosi

Perniaga-perniaga kecil ini biasanya menjalankan operasi di dalam kawasan kampung jadi salah satu cara untuk mempromosi produk mereka adalah mempamerkan signboard, bunting dan poster di tepi jalan utama dan sekaligus menjadikan pengguna jalan raya sebagai pelanggan mereka. Keberkesanan cara ini terbukti sebagai medium yang efektif dalam usaha mempromosi produk anda terutamanya dalam musim cuti umum dan musim perayaan di mana penduduk kota berpusu pusu pulang ke kampung halaman.

III. Agent seluruh Malaysia

Tidak semua usahawan kampung ini mampu membuka kedai fizikal oleh itu, mempunyai agen di serata Malaysia adalah salah satu cara yang mendapat respon yang memberansangkan. Agen juga kebanyakannya terdiri dari suri rumah dan ibu tunggal yang ingin menjana pendapatan sekaligus membantu menaikkan taraf kehidupan golongan ini. Oleh kerana itu, produk mereka juga lebih mudah didapati dan tidak tertumpu pada kawasan sekitar saja.

IV. Menyertai ekspo dan karnival

Terdapat pelbagai juga ekspo atau karnival keusahawanan yang diadakan untuk usahawan kampung ini mempromosi produk keluaran mereka seperti AgroFest dimana usahawan ini giat mempamerkan produk keluaran mereka dari ubatan tradisional, produk makanan sunnah, makanan sejuk beku, dan produk asas tani yang lain. Ini ialah peluang terbaik bagi usahawan desa untuk memikat hati pengunjung yang hadir, sediakan juga pamflet untuk kemudahan pengunjung menghubungi anda semula sekiranya mereka berminat. Terdapat pelbagai alternatif yang boleh digunakan untuk memasarkan produk tempatan selain menjual barangan di pasaraya dan cara ini juga membuatkan pengusaha lebih mudah didekati pelanggan dan lebih bersifat telus.

2.2.3 Elemen grafik dalam pembungkusan

Reka bentuk pembungkusan produk

Ia merupakan salah satu elemen grafik yang penting dalam menghasilkan sesuatu pembungkusan. Selain itu, reka bentuk merupakan sesuatu pembungkusan perlu menepati beberapa sifat iaitu ergonomic, mudah dibawa, selamat digunakan, mesra alam dan sebagainya. Reka bentuk perlu dibuat mengikut jenis produk supaya ia dapat melindungi produk daripada dicemari dan selamat digunakan. Walau bagaimanapun,

reka bentuk pembungkusan bukan hanya perlu kelihatan menarik malahan perlu mempunyai ciri-ciri keselamatan sebelum sesuatu produk itu dibungkus. Antara ciri-ciri rekabentuk struktur pembungkusan yang baik ialah: □ Dapat memelihara produk dari sebarang kerosakkan

- Dapat mengekalkan kualiti produk yang dikandungnya
- Dapat melindungi produk dengan baik semasa penghantaran
- Memudahkan kerja-kerja membungkus dan semasa membuka bungkusan

Reka bentuk permukaan pembungkusan

Ciri-ciri yang perlu ada pada rekabentuk permukaan pembungkusan adalah :

- Jenama
- Logo
- Pilihan warna
- Bar kod
- Cara pembuangan
- Keperluan teks
- Slogan



UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

- Tanda harga
- Amaran bahaya
- Nama produk
- Isi kandungan
- Cara membuka
- Petunjuk kecemasan
- informasi alam sekitar
- Nama syarikat
- Tanda keselamatan
- Cara penggunaan
- Tanda HALAL



2.2.4 Elemen-elemen reka bentuk permukaan pembungkusan

I. Label

Label adalah rekabentuk grafik pada sesuatu permukaan seperti kertas, kad atau bahan yang lain di mana ia memberi penerangan terperinci mengenai pengeluar, nama produk, cara penggunaan, perihal produk dan sebagainya.

II. Susunan reka letak

Bergantung kepada :

JENAMA - tanda / simbol perniagaan, logo

IMEJ -rekabentuk produk,illustrasi

SASARAN-golongan dewasa /kanak-kanak



III. Ilustrasi/fotografi

- memberi gambaran sebenar produk yang dikandung dari segi warna, saiz dan bahan yang digunakan
- Mestilah berdasarkan peraturan dan undang-undang pelabelan dan pembungkusan
- Imej yang bersesuaian, kreatif dan menyakinkan

IV. Warna

Pemilihan warna hendaklah mengikut trend semasa, bersesuaian dan memberi kesan kepada rekaan serta menampakkan nilai komersial. Pemilihan warna juga perlu mengambilkira kos percetakan (CMYK / Spot Colour)



V. Teks

Teks yang digunakan mestilah :

- Mudah difahami
- Jelas dan senang dibaca
- Mengikut trend terkini
- Memberi informasi
- Mengikut peraturan pembungkusan dari segi nama dan alamat pengeluar,

kuantiti, berat dan sebagainya.

2.2.5 Ciri-ciri yang perlu ada pada reka bentuk struktur pembungkusan

- Hendaklah memenuhi permintaan dan spesifikasi pelanggan (pengguna mudah tertarik)
- Menggunakan kos secara efektif (memadai dengan nilai produk atau berpatutan)
- Pemilihan bahan yang betul dan bersesuaian dengan perancangan destinasi
- Mudah untuk mengeluarkan dan membungkus
- Memerlukan ruang penyimpanan yang minima

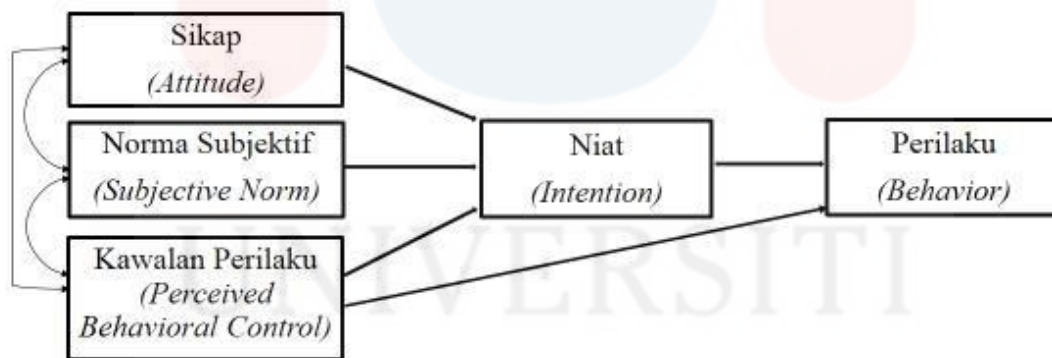


2.3 TEORI PEMBUNGKUSAN MAKANAN

Teori Tingkah Laku Dirancang (Ajzen, 2005)(Rajah 1) yang mendasari perbincangan ini menerangkan niat untuk berperilaku dipengaruhi oleh tiga faktor penentu iaitu sikap,

norma subjektif, dan kawalan perilaku. Teori ini menjelaskan tentang perilaku manusia yang menyatakan bahawa prestasi individu bagi tingkah laku tertentu di tentukan pada asasnya oleh kehendak individu (niat) untuk melakukan tingkah laku berkenaan. Niat untuk berperilaku merupakan kombinasi daripada sikap, perilaku dan norma subjektif. Hasil kajian Bahadur Ali dan Naimatullah (2015) mendapati satu korelasi yang tinggi di antara niat keusahawanan dan sikap usahawan IKS terhadap tingkahlaku. Teori ini meramalkan tingkah laku yang disengajakan, kerana tingkah laku boleh dibincangkan dan dirancang dengan beranggapan bahawa perilaku manusia berlaku dalam keadaan yang sedar dan mempertimbangkan segala

informasi yang tersedia. Penggunaan teori ini banyak digunakan dalam pelbagai bidang seperti pengurusan sumber daya manusia, pemasaran dan dalam penelitian sosial.



Rajah 1. Teori Tingkah Laku Dirancang (Ajzen, 2005)

Kajian yang dijalankan Diana-Rose et al. (2016) jelas menunjukkan IKS perlu meningkatkan pembungkusan makanan kerana kajian terhadap kesedaran pengguna menunjukkan mereka lebih suka memilih produk berkualiti. Walau bagaimanapun, jika tidak ada peluang untuk mengetahui kualiti sesuatu produk itu, maka, pengguna akan merujuk kepada pembungkusan dan penjenamaan. Oleh sebab itu, pembungkusan lebih mempengaruhi pengambilan keputusan untuk memiliki produk. Pembungkusan yang

baik akan mencerminkan lebih positif dalam tingkah laku pembelian pengguna. Manakala, Esa et al. (2002) mendapati pengetahuan, amalan dan sikap peniaga kecil yang menjadi responden kajian yang dijalankan terhadap etika perniagaan adalah sederhana. Dapatan tersebut secara tidak langsung menunjukkan bahawa tingkah laku manusia adalah bersifat terancang dan dipengaruhi oleh elemen kognitif dan afeksi seperti pengetahuan dan sikap termasuk juga dalam konteks tingkah laku inovasi pembungkusan dalam kalangan usahawan. Dalam kajian ini, tahap amalan usahawan dalam menghasilkan inovasi pembungkusan dilihat dan dikaji.

Amalan atau tingkah laku seseorang usahawan untuk melaksanakan pembungkusan yang berinovasi adalah dipengaruhi oleh niat atau kecenderungan untuk melaksanakannya. Kecenderungan ini dipengaruhi oleh faktor sokongan institusi dan individu yang bertindak sebagai kawalan terhadap perilaku, sikap dan norma subjektif. Faktor seperti kekurangan sumber kewangan, kurangnya jaringan institusi dan kekurangan teknologi akan menyebabkan amalan pembungkusan yang menarik terkesan. Usahawan IKS yang mempunyai matlamat dan visi yang ingin dicapai, didapati mempunyai hubungan positif dan signifikan dengan hasrat mereka untuk bekerjasama dengan pelbagai institusi (Mohd Hizam & Usman, 2016).

Campuran pemasaran telah ditakrifkan sebagai set alat pemasaran yang digunakan firma untuk meneruskan objektif pemasarannya dalam sasaran. Asas pemasaran bermula dengan model campuran pemasaran (marketing mix) yang memfokuskan kepada empat perkara asas (4P's) iaitu produk, promosi, tempat dan harga. Salah satu elemen di bawah faktor produk, terdapat elemen pembungkusan yang merujuk kepada item yang sebenarnya dijual. Evolusi pemasaran yang berlaku telah meletakkan pembungkusan sebagai salah satu elemen dalam lapan perkara di dalam campuran pemasaran (8P's). Hal ini menunjukkan pembungkusan sebagai salah satu elemen penting di dalam pemasaran.

Kaji selidik pembungkusan yang dijalankan terhadap usahawan di Amerika Syarikat, lebih daripada 80% usahawan menyatakan pembungkusan memainkan peranan penting untuk memastikan kejayaan jenama mereka (Anon, 2018). Secara amnya, fungsi pembungkusan adalah untuk melindungi produk daripada faktor

kerusakan yang disebabkan oleh perubahan suhu, kelembapan, pencemaran, kerusakan mekanikal dan memudahkan proses pengangkutan. Kini, pembungkusan bukan sekadar untuk melindungi produk dari sebarang kerosakan, malahan pembungkusan adalah 'jurujual' dan media komunikasi yang mampu untuk membawa syarikat pengeluar produk untuk menikmati keuntungan jualan. Wyrwa dan Barska (2017) menyatakan ciri-ciri pembungkusan yang paling penting bagi pengguna adalah keselesaan penggunaan dan ketahanan. Magnier et al. (2016) pula mendapati, kualiti produk makanan yang mempunyai pembungkusan menarik memberikan persepsi yang lebih positif kepada pengguna berbanding apabila ia dibungkus dalam pembungkusan konvensional. Ini bagi memastikan produk yang dihasilkan adalah berbeza dengan produk pesaing supaya ianya kekal relevan untuk berada di pasaran.

Pembungkusan bukan sahaja berfungsi untuk melindungi produk dari sebarang kerosakan, tetapi juga berperanan sebagai alat pemasaran untuk menarik pembeli. Oleh itu, beberapa aspek perlu diambil kira dalam menentukan kaedah pembungkusan supaya berbeza dengan pesaing, di antaranya adalah penggunaan visual (rekabentuk, warna, grafik dan sebagainya) yang dapat mempromosikan produk dan memberikan kesan yang baik kepada pengguna.

Kajian kes yang dijalankan oleh Kiumarsi et al. (2014) mencadangkan usahawan perlu memperbaiki imej pembungkusan, dan membuat inovasi produk untuk kekal di dalam pasaran. Justeru itu, untuk kekal berdaya tahan, IKS perlu berinovasi di dalam menghasilkan produk yang berkualiti dan imej produk yang menarik. Menurut Sazrinee et al. (2014), penyusunan semula jenama, pembungkusan, strategi pemasaran dan penggunaan teknologi tepat dapat membawa produk ke pasaran global. Imej produk IKS yang perlu difokuskan adalah inovasi pembungkusan yang menarik dan kreatif, label, jenama, logo, gambar, slogan, warna, bentuk, saiz, nilai, edisi khas, pembungkusan hijau dan lain-lain. Penciptaan imej produk akan memberikan imej yang lebih baik kepada syarikat dan produk untuk terus kekal berdaya tahan di pasaran yang kompetitif. Ampuero dan Vila (2006) pula mempersoalkan pengaruh respon pengguna terhadap imej yang ditonjolkan di dalam pembungkusan produk. Mereka mengenalpasti pemboleh ubah seperti warna, tipografi, grafik, gambar, status, nilai, keunggulan, keselamatan, prinsip kualiti yang terdapat persepsi pengguna terhadap

produk. Hasil kajian yang dijalankan mendapati, bagi memastikan kesan yang dikehendaki dapat dicapai, kombinasi elemen-elemen ini adalah perlu. Imej pembungkusan boleh mempengaruhi pengguna untuk membeli produk dan pernyataan ini turut disokong oleh Wells et al. (2007) yang mengkaji mengenai kepentingan pembungkusan bagi produk makanan.

IKS mewakili 98.5% daripada keseluruhan perusahaan yang ditubuhkan di Malaysia. Walau bagaimanapun, 76.5% daripada IKS merupakan perusahaan mikro, 21.2% perusahaan kecil dan 2.3% perusahaan sederhana yang lazimnya menggambarkan kekurangan modal dan keupayaan untuk berkembang (SME Corporation, 2018). Dalam kalangan usahawan IKS pemprosesan makanan terutamanya yang berskala mikro, kelemahan yang paling ketara adalah dari aspek pembungkusan. Ini dapat dilihat melalui produk yang dibungkus didapati tidak mempunyai imej yang menarik dan penggunaan bahan pembungkus yang kurang sesuai (Ahmad Zaki, 2011). Sebagai contoh, penggunaan plastik satu lapis seperti polipropilena (PP) oleh usahawan produk belacan, rempeyek, keropok bergoreng, dan sebagainya yang digunakan untuk membungkus produk makanan berkenaan. Seringkali dilihat produk yang dibungkus dengan plastik ini kerap kali tidak tahan lama, cepat lembik, berbau tengik dan pembungkusan yang digunakan kurang menarik. Masalah ini boleh diatasi dengan menggunakan teknologi seperti pembungkusan bernitrogen dan pembungkusan dengan bahan penyerap oksigen seperti yang disyorkan oleh MARDI kerana telah terbukti dapat memanjangkan tempoh hayat produk (Mohd Arif, 2008). Dari segi pengetahuan usahawan berkaitan peranan dan fungsi pembungkusan di dalam aspek pengiklanan, didapati usahawan kurang memberi perhatian dan keutamaan terutamanya responden lelaki dan latarbelakang pendidikan yang rendah (Suwardi Afandi & Mohd Arif, (2014). Ini antara faktor yang menyebabkan corak dan reka bentuk pembungkusan usahawan bersaiz mikro kelihatan tidak menyerlah dan kurang menarik. Usahawan IKS juga berpendapat, asalkan produk itu menarik dan berkualiti ianya sudah memadai dan mereka juga beranggapan bahawa pembungkusan produk adalah tidak relevan (Vivine, 2018).

Usahawan juga perlu bersikap proaktif dalam mencari maklumat dan bimbingan untuk membantu mereka meningkatkan pengetahuan dalam aspek pembungkusan.

Dalam era dunia tanpa sempadan dan kadar capaian jalur lebar yang semakin baik, isu mendapatkan maklumat terkini berkaitan pemasaran dan pembungkusan seharusnya dapat diatasi dengan menggunakan teknologi komunikasi maklumat (ICT). Penggunaan teknologi ini akan memudahkan pencarian maklumat pemasaran dengan cepat dan pada kos yang rendah. Maklumat pemasaran seperti produk, kaedah pembungkusan, harga, kaedah promosi dan lain-lain yang tidak dianggap “sulit” dari pesaing lain membolehkan sesebuah perniagaan membuat perbandingan produk yang ditawarkan dengan produk pesaing dan seterusnya merancang strategi yang sesuai untuk menghasilkan produk yang berbeza dari pesaing (Baharuddin, 2009). Strategi ini akan memberikan impak yang positif di dalam perniagaan dan pemasaran kerana produk yang dihasilkan adalah berbeza dan unik. Namun begitu, terdapat pelbagai cabaran lain yang terpaksa ditempuhi oleh IKS di dalam memastikan perniagaan terus berdaya tahan.



MALAYSIA
KELANTAN

BAB 3

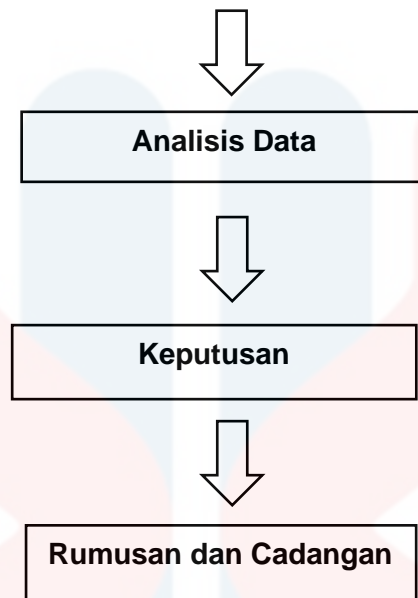
3.0 METODOLOGI PENYELIDIKAN

3.1 Sumber Pengumpulan Data

Metodologi kajian adalah meliputi cara, kaedah dan pendekatan yang digunakan untuk mencapai objektif dan matlamat kajian. Metodologi kajian yang dijalankan lebih bersistematik dan perjalanan kajian lebih terarah dalam mencapai objektif. Bab ini akan menjelaskan metodologi kajian yang digunakan dalam menjalankan kajian ini. Pengkaji telah merancang dengan teratur metodologi kajian dan strategi yang digunakan untuk mendapatkan maklumat dan data melalui kaedah-kaedah tertentu. Reka bentuk kajian yang digunakan dalam kajian ini adalah untuk menyelesaikan masalah yang telah dikenalpasti. Bab ini juga akan membincangkan mengenai proses kajian dari awal iaitu dari peringkat awal proses pengkajian ke akhir kajian dijalankan iaitu menganalisis data.

CARTA ALIR PROSES KAJIAN





Rajah 3.1 Carta alir proses kajian yang dijalankan

3.2 Kaedah Kajian

Kaedah kajian merupakan salah satu cara membantu menyelesaikan masalah di dalam kerja penyelidikan. Kaedah penyelidikan merupakan langkah yang diambil untuk mencapai ke semua objektif penyelidikan (Ahmad Mahdzan Ayob 1995:44). Dalam proses kajian yang dijalankan pengkaji harus menentukan kaedah kajian yang dipakai oleh pengkaji sepanjang menjalankan kajian ini. Kaedah kajian dalam proses penyelidikan terdapat dua iaitu secara kualitatif dan kuantitatif atau secara gabungan (mix metod).

Kedua-dua kaedah kualitatif dan kuantitatif terdapat perbezaannya. Kaedah kualitatif merupakan kaedah atau mendapatkan data secara terperinci mengenai kajian yang dijalankan. Kaedah ini kebanyakan menggunakan cara interaksi, pertemuan secara langsung dan induktif untuk menjana teori kajian secara terperinci.

Manakala kuantitatif pula, pengkaji mengedarkan borang soal selidik kepada informan. Hasil dari borang soal selidik ini akan dianalisis oleh pengkaji untuk lengkapkan proses kajian yang dibuat oleh pengkaji.

3.2.1 Kaedah Kualitatif

Kaedah kualitatif merupakan kaedah yang terperinci untuk mendapatkan maklumat sesuatu data atau maklumat. Dalam mendapatkan maklumat yang lebih banyak pengkaji fokuskan sesuatu maklumat dengan lebih mendalam. Kaedah ini pengkaji perlu membuat kerja lapangan seperti pemerhatian, tinjauan dan temu bual.

3.2.2 kaedah kuantitatif

Kaedah kuantitatif ialah satu kaedah yang dijalankan menggunakan analisis data numerik bagi mendapatkan maklumat tentang sesuatu kajian. Setelah mendapat data pengkaji dapat menerangkan hasil kajian yang diperoleh pengkaji. Seterusnya, pengiraannya juga menggunakan peratusan responden.

3.3 Data Primer

Pengkaji menggunakan data primer dalam mengumpul maklumat untuk kajian yang dijalankan. Data primer ialah data yang melibatkan secara langsung kepada pengkaji tersebut dan juga melibatkan sumber data yang mentah serta tidak melibatkan media perantaraan. Pengumpulan ini perlu berinteraksi atau berkomunikasi pada di tempat kajian atau tempat yang lain. Kaedah yang digunakan antaranya pemerhatian, temu bual dan soal selidik.

3.3.1 Soal Selidik

Kaedah ini merupakan kaedah kuantitatif iaitu lebih kepada pengiraan. Di sini pengkaji telah mengedarkan 80 keping borang soal selidik untuk 80 orang responden yang tertumpu kepada pelbagai kaum, usia dan jantina yang menggunakan produk belacan dalam masakan. Namun, hasil daripada 80 responden, pengkaji hanya menerima pulangan sebanyak 60 soal selidik yang telah diedarkan.

Pengkaji telah memfokuskan golongan responden kepada golongan yang bekerja sebagai 'chef' atau tukang masak di restoran-restoran dan suri rumah. Pengkaji telah membahagikan kepada 20 orang tukang masak, 20 orang surirumah dan 20 orang

lagi masyarakat umum. Pengkaji telah memfokuskan kepada golongan tukang masak dan surirumah kerana mereka lebih arif tentang produk belacan kerana sering membeli dan menggunakan belacan dalam masakan.

Selain itu, pengkaji juga telah menggunakan kaedah kualitatif. Kualitatif ialah menggunakan kaedah pengumpulan data-data yang dilakukan melalui sumber media cetak seperti surat khabar, buku dan majalah mengenai pembungkusan mengenai produk belacan. Data data yang diperolehi daripada sumber ini akan dijadikan sampel untuk menghasilkan kajian mengenai Reka Bentuk Pembungkusan Produk Belacan ini.

3.3.2 Pemerhatian

Metode pemerhatian ialah satu cara pengumpulan data dengan mengkaji secara langsung terhadap 60 orang responden yang telah menggunakan produk belacan dalam masakan. Metode ini juga adalah satu teknik penyelidikan yang sering digunakan. Pengkaji akan membuat pemerhatian ini dalam menghasilkan kajiannya. Pengkaji akan membuat pemerhatian dengan memerhati responden ketika menjawab borang soal selidik yang telah diberikan untuk mendapatkan maklumat yang diinginkan demi untuk menghasilkan kajian penyelidikannya. Data dan maklumat berkaitan penggunaan produk belacan akan didapatkan secara langsung melalui respon yang telah diberikan oleh responden. Penggunaan metode ini adalah bertujuan untuk mendapatkan data yang saling melengkapi dengan metode lain.

3.3.3 Wawancara

Wawancara secara bersemuka digunakan dalam kajian ini adalah untuk memahami secara mendalam mengenai masalah-masalah yang dihadapi oleh pengguna-pengguna produk belacan berkaitan reka bentuk pembungkusan produk tersebut. Bukan semua data yang diinginkan dapat diperolehi secara berkesan melalui soal selidik. Data-data yang dikumpul melalui wawancara boleh memantapkan lagi data-data yang dipungut daripada soal selidik.

Kaedah wawancara yang digunakan dalam kajian ini ialah jenis wawancara semi-struktur. Tiada sebarang soalan dibinakan sebelum sesi temu bual, sebaliknya pengkaji hanya menyediakan satu rangka ringkas mengenai maklumat yang ingin dipungut daripada responden. Dalam kata lain, semua soalan yang ditanya dalam sesi wawancara dibina secara spontan dengan berdasarkan jawapan yang diberi oleh responden dalam borang soal selidik.

Wawancara dengan setiap responden dijalankan secara berasingan oleh pengkaji sendiri selepas responden tersebut menyiapkan borang soal selidik. Hanya 2 atau 3 soalan disoalkan dalam setiap wawancara. Bagi responden yang tidak berminat untuk diwawancara, pengkaji tidak memaksa mereka. Semua maklum balas responden dicatatkan untuk memudahkan kerja analisis.

3.4 TEMPAT KAJIAN

Kajian ini dilakukan di daerah Yan yang terletak di negeri Kedah Darul Aman. Pengkaji telah melakukan kajiannya dengan mengunjungi kedai-kedai makan yang terletak di daerah tersebut. Pengkaji telah mendapatkan maklumat yang diinginkan dengan berjumpa dengan tukang masak di kedai yang berkaitan mengenai reka bentuk pembungkusan produk belacan. Selain itu, kajian ini juga dijalankan di kampung-kampung di sekitar daerah tersebut untuk mendapatkan maklumat yang diinginkan. Daerah tersebut dijadikan sebagai tempat persampelan disebabkan didaerah tersebut terdapatnya pengguna-pengguna produk belacan ini.

BAB 4

4.0 ANALISIS DATA DAN PEMBANGUNAN PRODUK

4.1 Pendahuluan

Dalam bab ini pengkaji akan membincangkan tentang analisis data berdasarkan hasil dapatan kajian yang diperoleh berdasarkan google form. Google form tersebut telah diberikan oleh pengkaji bertujuan untuk proses analisis data. Pemilihan soalan berdasarkan perbincangan masalah terhadap kajian ini dan membantu menyokong kajian yang dilakukan ini. Di samping itu, perbincangan mengenai pembangunan produk juga akan dinyatakan secara terperinci di dalam bab ini mengikut turutan proses yang dilakukan bermula dengan proses analisis, mencari bahan rujukan, konsep visual dan rekabentuk produk akhir. Data akhir yang diperolehi akan membantu pengkaji untuk proses pembangunan rekabentuk pembungkusan produk PKS tempatan iaitu produk belacan.

4.2 Analisis Data

Melalui proses pengumpulan data yang telah dilakukan oleh pengkaji, sebanyak 60 orang responden telah menjawab soal selidik melalui google form yang diberikan untuk pembangunan produk. Didalam analisis tersebut terdapat peratusan yang telah dinyatakan oleh pengkaji berdasarkan jawapan yang telah diberikan oleh responden dalam data tersebut bagi membantu kajian ini dijalankan.

4.2.1 Analisis Dapatan Kajian

Jadual 4.1 menunjukkan demografi dapatan kajian yang diperolehi berdasarkan google form yang telah dijawab oleh responden. Demografi tersebut terbahagi kepada 3 bahagian iaitu latar belakang responden, analisis berkenaan tahap penerimaan pengguna berkenaan pembungkusan produk belacan dan kaji selidik responden mengenai elemen grafik dan konsep rekabentuk pembungkusan yang lebih sesuai untuk memperkenalkan pembungkusan produk.

Jadual 4.1 : Demografi latar belakang responden

Latar Belakang Responden		Kekerapan n=60	Peratusan(%)
Jantina	Lelaki	8	13.3
	Perempuan	52	86.7
Umur	18 tahun ke bawah	1	1.7
	19-21 tahun	1	1.7
	22-25 tahun	21	35
	26-28 tahun	14	23.3
	29-31 tahun	23	38.3
Pekerjaan	Suri Rumah	31	51.7
	Bekerja	8	13.3
	Tukang Masak	16	26.7
	Pelajar	5	8.3
Bangsa	Melayu	57	95
	Cina	1	1.7
	India	2	3.3
	Lain-lain	-	-

Berdasarkan dapatan analisis responden, seramai 60 orang responden bersamaan dengan peratusan 100% telah menjawab kajian soal selidik berkenaan rekabentuk pembungkusan produk belacan ini. Google form kaji selidik ini juga telah dijawab secara majoriti perempuan bersamaan peratusan 86.7% iaitu seramai 52 orang. Dalam data analisis yang telah dijalankan ini golongan responden yang telah menjawab kaji selidik ini kebanyakannya terdiri daripada suri rumah iaitu seramai 31 orang bersamaan 51.7%. Kebanyakan responden terdiri daripada bangsa melayu iaitu dengan peratusan sebanyak 95%.

Jadual 4.2 : Kaji selidik responden berkaitan pembungkusan

Pendapat Responden Berkenaan Pembungkusan	Kekerapan	Peratusan(%)	Min
Pembungkusan plastik digunakan oleh PKS tempatan tidak dapat memberikan maklumat yang penuh mengenai produk belacan.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Tidak Setuju	1	1.7
	Tidak pasti	11	18.3
	Setuju	30	50
	Sangat Setuju	18	30
Pembungkusan plastic yang digunakan oleh PKS tidak dapat menonjolkan gambaran yang menarik kepada pengguna produk belacan.	Sangat Tidak Setuju	1	1.7
	Tidak Setuju	-	-
	Tidak Pasti	8	13.3
	Setuju	30	50
	Sangat Setuju	21	35
Pembungkusan plastic yang digunakan oleh PKS tempatan sedikit sebanyak akan menyebabkan berlakunya kerosakkan pada kandungan dalam produk belacan.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Tidak Setuju	3	5
	Tidak Pasti	8	13.3
	Setuju	28	46.7
	Sangat Setuju	21	35
Pembungkusan plastik yang kebiasaannya digunakan memberikan elemen grafik yang tidak menarik.	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Tidak Setuju	1	1.7
	Tidak Pasti	5	8.3
	Setuju	32	53.3
	Sangat Setuju	22	36.7
Pembungkusan plastik yang kebiasaannya digunakan tidak dapat memberikan kepuasan kepada pengguna.	Sangat Tidak Setuju	1	1.7
	Tidak Setuju	-	-
	Tidak Pasti	7	11.7
	Setuju	33	55
	Sangat Setuju	19	31.7

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, hampir 80% responden bersetuju bahawa pembungkusan plastic yang digunakan oleh PKS tempatan tidak dapat memberikan maklumat yang penuh mengenai produk belacan yang telah dihasilkan. Selain itu, seramai 51 orang responden bersetuju bahawa pembungkusan plastic yang digunakan oleh PKS tidak dapat menonjolkan gambaran yang menarik kepada pengguna produk belacan. Seramai 49 responden dengan peratusan 81.7% bersetuju bahawa pembungkusan plastic yang digunakan oleh PKS tempatan sedikit sebanyak akan menyebabkan berlakunya kerosakkan

pada kandungan dalaman produk belacan. Di samping itu, majoriti responden dengan peratusan 86.7% bersetuju bahawa pembungkusan plastic yang kebiasaannya digunakan tidak dapat memberikan kepuasan kepada pengguna.

Jadual 4.3 : Kaji selidik responden berkenaan elemen grafik

Pendapat Responden Berkenaan Elemen Grafik		Kekerapan	Peratusan(%)	Min
Elemen visual atau imej sangat penting dalam pembungkusan produk PKS tempatan	Sangat Tidak Setuju	-	-	4.35
	Tidak Setuju	-	-	
	Tidak pasti	2	3.4	
	Setuju	30	50.8	
	Sangat Setuju	27	45.8	
Elemen rekabentuk dan rekaletak sangat penting dalam menghasilkan pembungkusan produk PKS tempatan.	Sangat Tidak Setuju	-	-	4.33
	Tidak Setuju	-	-	
	Tidak Pasti	2	3.3	
	Setuju	36	60	
	Sangat Setuju	22	36.7	
Elemen tipografi yang Digunakan dalam penghasilan rekabentuk produk amat penting bagi menonjolkan pembungkusan yang lebih menarik.	Sangat Tidak Setuju	-	-	4.36
	Tidak Setuju	-	-	
	Tidak Pasti	2	3.3	
	Setuju	34	56.7	
	Sangat Setuju	24	40	
Pembungkusan yang unik mampu menarik minat pembeli untuk membeli produk yang dihasilkan oleh PKS tempatan.	Sangat Tidak Setuju	-	-	4.33
	Tidak Setuju	-	-	
	Tidak Pasti	3	5	
	Setuju	34	56.7	
	Sangat Setuju	23	38.3	
Teknik pembungkusan yang unik mampu meningkatkan mutu jualan produk.	Sangat Tidak Setuju	-	-	4.3
	Tidak Setuju	-	-	
	Tidak Pasti	3	5	
	Setuju	36	60	
	Sangat Setuju	21	35	

Rekabentuk pembungkusan	Sangat Tidak Setuju	-	-	
yang berkualiti tinggi	Tidak Setuju	-	-	
mampu melindungi	Tidak Pasti	2	3.3	4.38
kualiti dalaman produk	Setuju	33	55	
dengan baik.	Sangat Setuju	25	41.7	

Berdasarkan analisis kajian yang telah dilakukan ini, majoriti responden dengan peratusan 96.6% bersetuju bahawa elemen visual atau imej sangat penting dalam pembungkusan produk. Selain itu, seramai 58 orang responden bersetuju bahawa elemen rekabentuk dan rekaletak sangat penting dalam menghasilkan pembungkusan produk PKS tempatan. Peratusan 95% responden pula menyokong bahawa pembungkusan yang unik mampu untuk menarik minat pembeli untuk membeli produk yang dihasilkan oleh PKS tempatan. Seterusnya, seramai 58 orang responden bersetuju rekabentuk pembungkusan yang berkualiti tinggi mampu melindungi kualiti dalaman produk dengan baik.

4.2.2 Analisis Data Keseluruhan

Melalui dapatan kajian berdasarkan kaji selidik yang pengkaji lakukan, penciptaan Rekabentuk Pembungkusan Produk Belacan adalah sangat diperlukan untuk membantu meningkatkan imej produk belacan dari pelbagai aspek. Berdasarkan responden yang telah menjawab, majoriti responden bersetuju jika penghasilan rekabentuk pembungkusan ini dilakukan demi untuk mempertingkatkan lagi pemasaran produk belacan agar lebih dikenali oleh pengguna serta kualiti produk juga dapat dipertingkatkan.

4.3 Pembangunan produk

Berdasarkan sokongan responden pada soal selidik yang diberikan, pengkaji akan melakukan proses pembangunan produk mengikut beberapa fasa. Fasa pertama pengkaji akan mengenalpasti produk berdasarkan tajuk pengkaji iaitu rekabentuk pembungkusan produk PKS tempatan iaitu produk belacan. Pada fasa pertama ini

pengkaji perlu meneliti konsep supaya dapat menepati kehendak objektif kajian. Pada fasa kedua pula pengkaji perlu menjalankan satu kajian analisis terhadap rangka produk yang telah dilakukan supaya ianya dapat menjawab semua persoalan kajian dan mendapat maklum balas yang baik daripada responden. Fasa ketiga adalah melaksanakan konsep visual dari segi mendapatkan idea dan mencari penyelesaian kepada masalah kajian. Akhir sekali adalah fasa rekabentuk produk di mana pengkaji akan merekabentuk produk yang lengkap untuk memenuhi kehendak kajian.

4.3.1 Rekabentuk Pembungkusan Produk Belacan

I. Penjenamaan

Penjenamaan merupakan cara yang mudah untuk memperdagangkan barangan. Penghasilan jenama sedikit sebanyak dapat membantu produk belacan untuk memasuki pasaran baru kerana ianya dapat memberi kelebihan kepada penarikan lebih ramai pengguna produk belacan serta menggalakan kesetiaan pengguna terhadap produk belacan. Produk belacan sebelum ini tidak mempunyai penjenamaan dari segi logo. Muka taip dijadikan symbol bagi produk belacan ini. Justeru, penggunaan logo ini dihasilkan dengan memperkenalkan elemen grafik yang jauh lebih ringkas, mudah dan menarik. Dalam penghasilan logo ini, pengkaji telah melakukan lakaran awal dan menggunakan teknik ilustrasi untuk membentuk logo. Logo yang dilakarkan akan dianalisis untuk penambahbaikan. Seterusnya, elemen grafik yang diterapkan berunsur hitam dan putih serta satu lagi warna yang dimasukkan untuk mengajak pembaca lebih fokus kepada mesej yang hendak disampaikan terhadap bahan pemasaran ini.



Gambar 4.1 : Logo Produk Belacan

II. Jenis Pembungkusan

Pembungkusan merupakan kaedah yang menjamin penghantaran barang dari pengeluar kepada pengguna dengan selamat dari ancaman dan berkeadaan baik serta bagi menjamin kualiti barangan kerana ia dapat melindungi barangan dari segi fizikal dan biological, penurunan mutu, memudahkan pengendalian dan untuk membantu penjualan produk itu. Jenis pembungkusan yang dicadangkan oleh pengkaji dalam menghasilkan produk belacan ini adalah dengan menggunakan pembungkusan botol dan kotak. Produk belacan yang dihasilkan adalah dalam bentuk serbuk dan kiub. Justeru itu, pembungkusan produk belacan haruslah diolah bersesuaian dengan bentuk dan kandungan terhadap produk itu. Penggunaan pembungkusan jenis botol dan kotak merupakan pembungkusan yang paling sesuai untuk produk belacan. Hal ini kerana ianya mudah untuk penyimpanan semula selepas penggunaan serta pembungkusan dapat memberi perlindungan pada produk tersebut setelah produk tersebut dibuka dan dapat mengekalkan kualiti produk belacan. Justeru, pengguna tidak perlu lagi untuk mencari inisiatif lain dengan menggunakan bekas-bekas lain untuk penyimpanan baki produk belacan yang telah digunakan oleh pengguna. Penggunaan pembungkusan jenis botol dan kotak juga mampu mengekalkan aroma dan bau pada produk belacan.



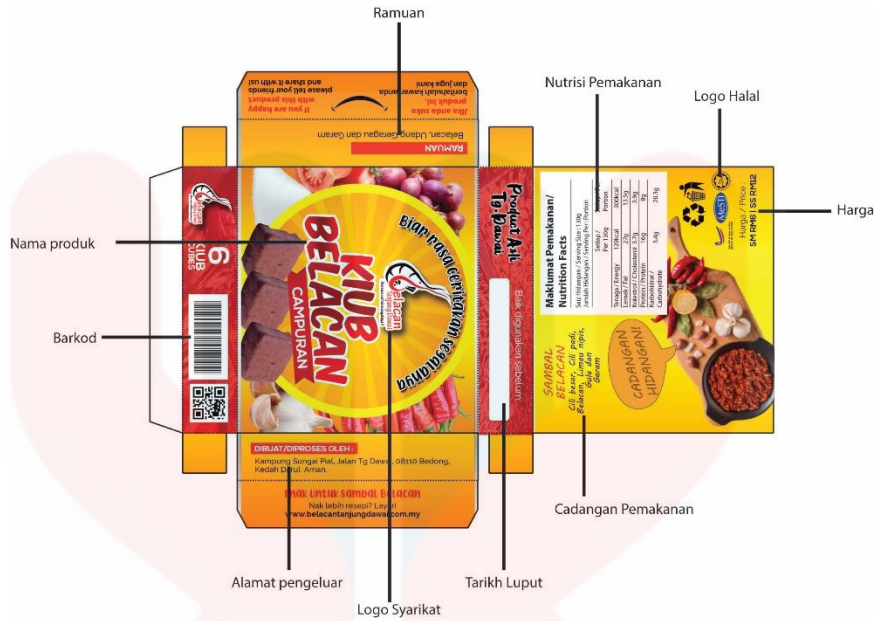
Gambar 4.2 : Bentuk belacan dan jenis pembungkusan

III. Kriteria Penting Pada Pembungkusan

Dalam penghasilan pembungkusan produk belacan ini, maklumat mengenai pembungkusan haruslah dipamerkan dengan jelas supaya ianya dapat memberikan manfaat kepada pengguna. Berikut merupakan kriteria penting pembungkusan yang telah dihasilkan oleh pengkaji setelah meneliti dan menganalisis elemen penting yang perlu ditambah bagi memastikan produk akhir akan menjawab permasalahan kajian. Imej produk PKS yang perlu difokuskan adalah inovasi pembungkusan yang menarik dan kreatif, label, jenama, logo, gambar, slogan, warna, bentuk, saiz, nilai dan lain-lain. Penciptaan pembungkusan yang menarik akan memberikan imej yang lebih baik kepada syarikat dan produk untuk terus kekal berdaya tahan di pasaran yang kompetitif.

MALAYSIA

KELANTAN



Gambar 4.3 : Pembungkusan Kotak



Gambar 4.4 : Pembungkusan Botol

4.4 Produk Akhir

Untuk menghasilkan produk akhir ini, pengkaji telah membuat analisis dan telah menjadikan beberapa produk lain sebagai bahan rujukan tambahan. Melalui kaedah ini sedikit sebanyak dapat membantu pengkaji untuk menjana idea yang lebih kreatif dengan konsep dan tema yang pengkaji bawakan bagi pembungkusan produk belacan ini.

I. Tipografi

Dalam setiap imej visual medium penyampaian maklumat, focus utama adalah tulisan yang menarik minat pembeli untuk membeli. Merujuk kepada setiap medium untuk pereka seni grafik dalam menyampaikan maklumat. Justeru, tulisan adalah objek utama maka setiap maklumat utama perlu ditekankan dan diutamakan untuk ianya lebih jelas dan menonjol berbanding yang lain. Pengkaji telah menggunakan font hobo sebagai font utama bagi muka taip produk.

II. Rekabentuk Dan Letak

Untuk menghasilkan produk akhir yang terbaik dan mengikuti objektif kajian, elemen yang paling penting dalam penghasilan pembungkusan ini adalah rekabentuk dan letak. Ianya merujuk kepada aspek penggunaan warna yang melambangkan identiti produk belacan ini, muka taip yang digunakan, ilustrasi yang sesuai dan sebagainya. Dalam penghasilan pembungkusan ini, rekaletak haruslah kemas dan menarik supaya maklumat berkenaan produk belacan ini dapat difahami dengan jelas oleh pengguna. Kemajuan teknologi telah memudahkan pengkaji untuk menghasilkan pembungkusan ini dengan berjaya. Pengkaji telah menggunakan perisian Illustrator dan Photoshop dalam penghasilan pembungkusan ini. Setiap perisian ini telah memudahkan dan mempercepatkan penghasilan akhir produk. Penghasilan pembungkusan produk belacan ini dikatakan bukan penghasilan yang baik sekiranya pembeli tidak dapat memahami maklumat pada pembungkusan itu dengan baik. Oleh itu, pengkaji perlu memastikan bahawa informasi rekabentuk pembungkusan produk belacan yang telah pengkaji hasilkan diminati dan dapat difahami pengguna.

III. Cadangan mempromosi produk belacan

Dalam usaha membantu pengusaha kecil dalam sector pembuatan makanan memasarkan hasil produknya ke pasaran, kajian ini dilihat amat perlu bagi memberi sedikit ruang dan alternatif kepada mereka. Kemelesetan ekonomi serta pandemik kovid yang sedang melanda negara pada saat ini memberi kesan kepada perniagaan kecil. Masalah pemasaran dan promosi barangan

amat ketara kerana kebanyakan pengusaha kecil hanya menjadikan perniagaan mereka sekadar perniagaan kecil-kecilan di mana produk mereka hanya dipasarkan di sekitar kampung sahaja. Justeru, pengusaha kecil perlu mengadakan langkah-langkah promosi yang lebih agresif dan bersesuaian bagi membuat masyarakat tahu akan kewujudan produk mereka lebih-lebih lagi dengan keadaan ekonomi negara yang tidak menentu.

a. Berniaga secara dalam talian

Ramai pengusaha di Malaysia meneruskan perniagaan mereka secara atas talian berikutan dengan pandemik covid yang sedang melanda negara sekarang ini. Malah, kaedah ini bukan sesuatu yang baharu. Ramai usahawan di Malaysia memanfaatkan kaedah ini termasuk mempromosikan produk jualan di platform digital seperti Shopee, Grab, FoodPanda dan platform e-hailing yang lain.

b. Tampil dengan cara baharu

Melihat kepada keadaan semasa, peniaga juga berhadapan dengan cabaran bagi memastikan produk jualan mereka kekal relevan. Oleh yang demikian, ketika Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) kita menyaksikan pelbagai strategi jualan yang telah dilakukan oleh peniaga-peniaga termasuk cara pengiklanan kreatif. Ada yang memanfaatkan platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Kaedah ini sedikit sebanyak dapat membantu peniaga-peniaga untuk mengembangkan lagi produk mereka

c. Buka akaun Google My Business

Google My Business (GMB) salah satu platform digital yang boleh dimanfaatkan oleh peniaga terutamanya peniaga-peniaga industri kecil. Ini kerana ia adalah merupakan platform pengiklanan secara percuma dengan enjin pencarian internet yang paling terkenal di dunia

iaitu Google. Dengan GMB, sekiranya pencarian bagi nama perniagaan peniaga berada di kedudukan teratas, pemilik perniagaan akan diberi ganjaran. Platform ini juga membantu memastikan nama perniagaan muncul di halaman pertama carian Google.

d. Pos sekerap mungkin dalam media sosial

Secara purata, kajian menunjukkan yang seseorang itu meluangkan masa dengan media sosial selama 2 jam dan 22 minit sehari. Melihat kepada Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) yang sedang dilaksanakan, tidak hairan lebih ramai yang meluangkan masa dengan media sosial. Ini adalah cara terbaik untuk memaparkan perniagaan di media social terutamanya bagi peniaga-peniaga PKS tempatan dalam mempromosikan produk keluaran mereka.

e. Jalankan kempen pemasaran emel

Kempen pemasaran email antara saluran pemasaran yang paling berkesan. Selain daripada pulangan yang besar, pemasaran emel membolehkan perniagaan memberikan maklumat-maklumat penting kepada pelanggan mereka dengan kadar segera, lebih-lebih lagi di luar waktu operasi.

f. Tawarkan perkhidmatan penghantaran segera

Salah satu cara berkesan untuk memastikan perniagaan sentiasa berdaya saing adalah dengan menyediakan perkhidmatan penghantaran pada hari yang sama atau on-demand service. Peniaga haruslah mencari agent bagi produk mereka bagi memudahkan pelanggan untuk mendapatkan produk mereka. Penggunaan agent sedikit sebanyak dapat membantu peniaga untuk melakukan penghantaran segera kepada pelanggan.

g. Lakukan kolaborasi dengan pemain industri

Kolaborasi antara jenama membolehkan sesebuah perniagaan itu lebih dinamik dan menawarkan variasi kepada pengguna mahupun pembeli. Justeru, sekiranya peniaga ingin mengatur strategi dalam memastikan

kemampuan syarikat, strategi seperti ini boleh diguna pakai. Peniaga haruslah mencari inisiatif dengan mencari instafamous ataupun orang terkenal yang mempunyai pengaruh yang kuat dalam mempromosikan produk mereka.

h. Implementasikan cara pembayaran E-Wallet dan Cashback

Cara pembayaran juga berubah setelah Perintah Kawalan Pergerakan (PKP) diimplementasikan. Ramai usahawan mengambil inisiatif untuk mentransformasikan perniagaan mereka, ini termasuk cara pembayaran. Bagi pelanggan, apa yang dimahukan mereka ketika ini adalah medium yang lebih pantas dan mudah. Justeru, pembayaran secara digital, seperti E-Wallet dan Cashback reward dapat membantu dalam urusan pembayaran ketika norma baharu ini.



Gambar 4.5 : Pembungkusan baru produk belacan



Gambar 4.6 : Pembungkusan baru produk belacan



Gambar 4.7 : Poster produk belacan

4.5 Penilaian Produk Akhir

Untuk memastikan bahawa kajian ini mampu menjawab persolan kajian maka sedikit kaji selidik untuk produk akhir dilakukan terhadap responden untuk mendapatkan maklum balas mereka terhadap rekabentuk pembungkusan akhir produk belacan ini. Seramai 60 orang responden telah menjawab soal selidik ini. Rajah dibawah menunjukkan pendapat responden berkenaan produk.

UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

Jadual 4.4 : Kaji selidik responden berkenaan produk akhir

Pendapat Responden Berkenaan Produk Akhir		Kekerapan	Peratusan(%)	Min
Rekaan bentuk produk asal	Sangat Tidak Setuju	29	48.3	1.95
	Tidak Setuju	13	21.7	
	Kurang Setuju	14	23.3	
	Setuju	-	-	
	Sangat Setuju	4	6.7	
Rekaan belacan yang telah Diubahsuai kepada bentuk kiub dan serbuk	Sangat Tidak Setuju	-	-	3.7
	Tidak Setuju	6	10	
	Kurang Setuju	18	30	
	Setuju	24	40	
Cadangan pertama pembungkusan baru produk belacan	Sangat Tidak Setuju	-	-	4.2
	Tidak Setuju	-	-	
	Kurang Setuju	11	18.3	
	Setuju	26	43.3	
Cadangan kedua pembungkusan baru produk belacan	Sangat Tidak Setuju	-	-	4.36
	Tidak Setuju	-	-	
	Kurang Setuju	6	10	
	Setuju	26	43.3	
	Sangat Setuju	28	46.7	

Berdasarkan analisis dapatan kajian yang dilakukan di atas, majoriti responden tidak bersetuju dengan rekabentuk produk asal belacan iaitu dengan peratusan sebanyak 93%. Dengan jumlah responden seramai 36 orang turut bersetuju dengan rekaan belacan yang telah diubahsuai kepada bentuk kiub dan serbuk dengan peratusan sebanyak 60%. Namun, untuk soalan berkenaan cadangan pertama pembungkusan baru produk belacan, peratusan menunjukkan hampir 60 orang responden dengan peratusan 100% sangat bersetuju dengan cadangan pembungkusan tersebut. Seterusnya, jumlah yang sama pada soalan terakhir berkaitan cadangan kedua pembungkusan baru produk belacan dengan jumlah responden seramai 60 orang bersamaan 100% sangat bersetuju dengan rekabentuk pembungkusan tersebut.



Gambar 4.8 : Produk Akhir

4.6 Kesimpulan

Berdasarkan dapatan analisis kajian yang telah dilakukan, dapat dilihat bahawa secara keseluruhan responden bersetuju bahawa kaedah ini adalah bersesuaian dalam mencapai objektif kajian dan mampu menjawab semua persoalan kajian. Tidak dinafikan terdapat juga responden yang kurang bersetuju namun jumlahnya hanya minority yang sangat sedikit.

Rekabentuk pembungkusan produk belacan ini dilakukan adalah untuk membantu meningkatkan imej produk belacan supaya dapat bersaing di pasaran. Hampir keseluruhan responden bersetuju bahawa dengan menukar cara pembungkusan produk belacan ini mampu memberi kesan terhadap peniaga PKS tempatan dan dapat menonjolkan lagi produk PKS pada peringkat yang lebih tinggi. Pengkaji juga yakin sekiranya penambahbaikan dilakukan dari segi rekabentuk grafik ianya mampu mencapai tahap yang lebih baik.

Namun secara keseluruhan dapat dilihat responden bersetuju dengan rekaan baharu produk belacan yang telah diubahsuai. Sesungguhnya imej pembungkusan yang menarik mampu mempengaruhi pengguna untuk membeli produk. Rekabentuk pembungkusan berperanan sebagai jurujual secara senyap. Hal ini kerana tumpuan pengguna akan difokuskan pada pembungkusan terlebih dahulu apabila membeli sesuatu produk, lazimnya pengguna akan tertarik untuk membeli produk apabila ada daya tarikan pada pembungkusan. Justeru itu, amat jauh untuk pengkaji mengatakan

bahawa produk akhir sudah berjaya namun ianya lebih tepat di katakan sebagai permulaan yang sangat baik. Kemungkinan kajian ini juga dapat diteruskan dengan rekabentuk yang lebih menarik pula pada masa yang akan datang.



UNIVERSITI
MALAYSIA
KELANTAN

BAB 5

5.0 CADANGAN DAN KESIMPULAN

5.1 CADANGAN

Hasil daripada kajian yang telah dijalankan ada beberapa cadangan yang ingin dikemukakan oleh pengkaji. Namun ada juga beberapa cadangan responden yang diambil kira dalam penambahbaikan produk yang telah dihasilkan untuk masa yang akan datang.

Cadangan pertama adalah dengan mewujudkan konsep pembungkusan yang berbeza. Merekabentuk pembungkusan dengan menggunakan konsep yang berlainan. Sebagai contohnya, merekabentuk pembungkusan belacan dengan menggunakan pembungkusan jenis tube iaitu dalam bentuk pes. Kepelbagaian jenis konsep pembungkusan sedikit sebanyak dapat membantu produk tersebut bersaing dengan produk yang lain.

Selain itu, cadangan seterusnya adalah dengan mempelbagaikan lagi produk inovasi makanan yang berasaskan belacan yang memberi manfaat kepada pengguna. Pengusaha haruslah mempelbagaikan lagi produk yang berasaskan belacan agar dapat memberi manfaat kepada pengguna. Dengan mempelbagaikan produk sedikit sebanyak dapat memberi idea kepada pengguna untuk mencuba lain-lain makanan yang berasaskan belacan dengan citarasa yang berlainan.

Berikutnya, menyediakan demonstrasi makanan berasaskan belacan kepada pengguna. Pengusaha haruslah memainkan peranan dengan menyediakan pelbagai idea yang boleh menarik minat pelanggan untuk mencuba produk tersebut. Sebagai contohnya, menghasilkan video pendek tentang resepi yang boleh dimasak dengan menggunakan produk belacan. Video tersebut boleh dikongsi di facebook dan sebagainya.

Diharapkan kajian mengenai rekabentuk pembungkusan produk belacan ini akan dapat disambung lagi sebagai lanjutan oleh mana-mana pihak agar penambahbaikan dapat dilaksanakan.

5.2 KESIMPULAN

Kepentingan dan peranan Perusahaan Kecil Dan Sederhana (PKS) tidak dinafikan mampu mewujudkan, mengembangkan dan memperkukuhkan lagi struktur asas pembangunan industri makanan di Malaysia. Kejayaan negara dalam menerajui pembangunan industri makanan dalam sector makanan hendaklah dimanfaatkan sepenuhnya oleh pengusaha kecil yang rata-ratanya terlibat dalam industri pembuatan makanan. Aspek pemasaran dalam bidang keusahawanan merupakan cabaran besar yang dihadapi oleh usahawan kecil kerana kekurangan modal dan kurangnya ilmu strategi pemasaran. Masalah pemasaran dan pasaran selalu menjadi halangan kepada industri kecil untuk berkembang.

Justeru, pengusaha kecil perlu memberi penekanan yang lebih kepada aspek pemasaran mereka. Walaupun terdapat beberapa kelemahan dalam pengurusan perniagaan mereka, pelbagai bantuan daripada pihak kerajaan seharusnya dapat membantu perusahaan kecil dalam menghadapi apa jua cabaran perniagaan ke arah yang lebih cemerlang. Tidak ketinggalan juga komitmen dari pengusaha untuk memajukan diri sendiri dengan sanggup mencari dan mengamalkan teknologi bersesuaian secara berterusan untuk mengeluarkan produk makanan yang bermutu tinggi, selamat dimakan, kos efektif dan boleh bersaing di pasaran global.

Secara keseluruhannya, kajian yang dijalankan telah berjaya mencapai kesemua objektif kajian yang telah ditetapkan oleh pengkaji. Berdasarkan dari aspek penilaian dan maklumbalas daripada responden menunjukkan objektif kajian ini telah tercapai dengan baik. Bagi menjayakan sesuatu kajian, perancangan yang dirancang haruslah ada panduan yang diikuti, jadual perancangan hendaklah diikuti supaya proses yang dijalankan mengikut tempoh masa yang ditetapkan serta sentiasa merujuk kepada penyelia bagi mendapatkan nasihat dan bimbingan supaya kajian ini dapat dijalankan dengan baik. Akhir sekali, pengkaji berpuas hati dengan rekabentuk baharu pembungkusan produk belacan yang telah dihasilkan mendapat sambutan yang baik daripada responden. Diharapkan agar produk ini mampu mendapat tempat dipasaran pada masa yang akan datang.

BIBLIOGRAFI / RUJUKAN

Rujukan Artikel

- Biondo,C,(1988), Packaging in Design 4: PDC GOLD AWARDS: Ten Years Of Excellence In Packaging, New York: PBC International,Inc
- Coleman, Lipuma, Segal & Morrill, (1994), Package design & Brand Identity, United State Of America: Rockport Publisher, Inc
- Cove,G,(1989), Great Packaging Graphics, New York: PBC International, Inc
- Amat, M., & Ishak, S. (2020). Amalan Inovasi Pembungkusan Produk Usahawan Mikro di Selangor. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 5(1), 1-9
- Adigun, A. (2016). To investigate the influencing factors for sustainable packaging in a multinational SME supply chain. United Kingdom, University of Salford.
- Gopal, RK, & George, M. (2014). Pembungkusan, seni visual: analisis pada pembungkusan barang FMCG. *Asia Pacific Journal of Research Vol: I Edisi XVI*.
- Svanes, E., Vold, M., Møller, H., Pettersen, M. K., Larsen, H., & Hanssen, O. J. (2010). Sustainable packaging design: a holistic methodology for packaging design. *Packaging Technology and Science: An International Journal*, 23(3), 161-175.

Rujukan blog dan website online

Yixing Xincheng Industrial Automation Technology Co., Ltd. Xincheng Technology. Sejarah Pembungkusan (2018).

Erf-Est.Org. Rekabentuk. (2017)

<https://ms.erf-est.org/12332-dise-o.html>

Erf-Est.Org. Produk. (2017)

<https://ms.erf-est.org/10817-producto.html>

Facts-News.Org. Definisi Makanan (2013)

<https://ms.facts-news.org/definisi-makanan>

<http://my.xinchengmachine.com/info/history-of-packaging-30177106.html>

<http://www.designprize.net.com/index.htm>

<http://www.lemasterdesign.com.index.htm>

http://www.innovation-report.com/html/reports/process_engineering/report-13202.html

BORANG SOAL SELIDIK

Tajuk Kajian : Rekabentuk Pembungkusan Produk PKS Tempatan : Produk Belacan

Soal selidik ini bertujuan adalah untuk mengkaji tentang Rekabentuk Pembungkusan Produk PKS Tempatan : Produk Belacan.

BAHAGIAN A : DEMOGRAFI RESPONDEN

1. Jantina :

- Lelaki
- Perempuan

2. Umur

- 18 tahun ke bawah
- 19-21 tahun
- 22-25 tahun
- 26-28 tahun
- 29-31 tahun ke atas

3. Pekerjaan

- Suri rumah
- Bekerja
- Tukang masak
- Pelajar

4. Bangsa

- Melayu
- Cina
- India

- Lain-lain

BAHAGIAN B : MENGENALPASTI TAHAP PENERIMAAN PENGGUNA BERKENAAN PEMBUNGKUSAN PRODUK BELACAN

1. Pembungkusan plastic yang digunakan oleh PKS tempatan tidak dapat memberikan maklumat yang penuh mengenai produk belacan.
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Tidak pasti
 - Setuju
 - Sangat setuju

2. Pembungkusan plastic yang digunakan oleh PKS tempatan tidak dapat menonjolkan gambaran yang menarik kepada pengguna produk belacan.
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Tidak pasti
 - Setuju
 - Sangat setuju

3. Pembungkusan plastic yang kebiasaannya digunakan memberikan elemen grafik yang tidak menarik terhadap produk belacan.
 - Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Tidak pasti
 - Setuju
 - Sangat setuju

4. Pembungkusan plastic yang kebiasaannya digunakan oleh PKS tempatan sedikit sebanyak akan menyebabkan berlakunya kerosakan pada kandungan dalam produk belacan.

- Sangat tidak setuju
- Tidak setuju
- Tidak pasti
- Setuju
- Sangat setuju

5. Pembungkusan plastic yang kebiasaanya digunakan oleh PKS tempatan tidak dapat memberikan kepuasan kepada pengguna.

- Sangat tidak setuju
- Tidak setuju
- Tidak pasti
- Setuju
- Sangat setuju

BAHAGIAN C : MENGAJI ELEMEN GRAFIK DAN KONSEP REKABENTUK PEMBUNGKUSAN YANG LEBIH SESUAI UNTUK MEMPERKENALKAN PEMBUNGKUSAN PRODUK.

1. Elemen visual atau imej sangat penting dalam pembungkusan produk PKS tempatan.

- Sangat tidak setuju
- Tidak setuju
- Tidak pasti
- Setuju
- Sangat setuju

2. Elemen rekabentuk dan rekaletak sangat penting dalam menghasilkan pembungkusan PKS tempatan

- Sangat tidak setuju
- Tidak setuju
- Tidak pasti

- Setuju
 - Sangat setuju
3. Elemen tipografi yang digunakan dalam penghasilan rekabentuk produk amat penting bagi menonjolkan pembungkusan yang lebih baik
- Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Tidak pasti
 - Setuju
 - Sangat setuju
4. Pembungkusan yang unik mampu menarik minat pembeli untuk membeli produk yang telah dihasilkan
- Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Tidak pasti
 - Setuju
 - Sangat setuju
5. Teknik pembungkusan yang unik mampu meningkatkan mutu jualan produk
- Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Tidak pasti
 - Setuju
 - Sangat setuju
6. Rekabentuk pembungkusan yang berkualiti tinggi mampu melindungi kualiti dalaman produk dengan baik
- Sangat tidak setuju
 - Tidak setuju
 - Tidak pasti
 - Setuju
 - Sangat setuju

**BAHAGIAN D : PERSEPSI RESPONDEN MENGENAI PEMBUNGKUSAN
PRODUK PKS TEMPATAN :PRODUK BELACAN**

1. Rekaan bentuk produk asal



- Sangat tidak setuju
- Tidak setuju
- Tidak pasti
- Setuju
- Sangat setuju

2. Rekaan belacan yang telah diubahsuai kepada bentuk kiub dan serbuk



- Sangat tidak setuju
- Tidak setuju
- Tidak pasti
- Setuju
- Sangat setuju

3. Cadangan pertama pembungkusan baru produk belacan



- Sangat tidak setuju
- Tidak setuju
- Tidak pasti
- Setuju
- Sangat setuju

4. Cadangan kedua pembungkusan baru produk belacan



- Sangat tidak setuju
- Tidak setuju
- Tidak pasti
- Setuju
- Sangat setuju


PRODUK AKHIR






MALAYSIA
KELANTAN

FYP ETKW



**Universiti Malaysia
KELANTAN**

KAJIAN REKABENTUK PEMBUNGKUSAN PRODUK PKS TEMPATAN : PRODUK BELACAN



Afina Bt Aznan
C17A0003
Ijazah Sarjana Muda Rekabentuk Komunikasi Visual
Nama Penyelia : Dr. Tengku Fauzan Bt Tengku Anuar

ABSTRAK

Penyelidikan ini bertujuan untuk mengenalpasti segala kelemahan yang ada pada pembungkusan produk belacan dan mengambil langkah sistematik untuk memperbaiki rekabentuk pembungkusan produk belacan supaya ia kelihatan berkualiti, berdaya saing dan dapat menarik lebih ramai pengguna untuk mencuba produk tersebut. kajian ini diharap dapat membantu pengusaha untuk memperbaiki pembungkusan produk belacan supaya dapat mempertingkatkan kualiti secara keseluruhan produk tersebut bagi mengembangkan pasaran ke peringkat antarabangsa.

MASALAH KAJIAN

1. Rekabentuk pembungkusan pada produk belacan masih kurang memberangsangkan, kelemahan dapat dilihat dari segi teknik pembungkusan, elemen rekabentuk dan informasi yang tidak lengkap.
2. kelemahan dari segi penyimpanan semula selepas penggunaan.
3. kelemahan dari segi pemasaran.

OBJEKTIF KAJIAN


1. Bertujuan untuk mencipta rekabentuk pembungkusan yang bermutu dan berkualiti .
2. Menghasilkan rekabentuk pembungkusan yang sentiasa memberi perlindungan pada isi kandungan produk walaupun pembungkusan telah dibuka dan digunakan.
3. Menenalpasti tahap promosi yang dijalankan terhadap produk belacan.

KAJIAN LITERATUR

- 1** Wyrwa & Barska(2017), menyatakan ciri-ciri pembungkusan yang paling penting bagi pengguna adalah kesesuaian penggunaan dan ketahanan.
- 2** Magnier Et Al(2016), kualiti produk makanan yang mempunyai pembungkusan menarik memberikan persepsi yang lebih positif kepada pengguna.
- 3** Kiumarsi(2014), mencadangkan usahawan perlu memperbaiki imej pembungkusan dan membuat inovasi produk untuk kekal dalam pasaran.

METODOLOGI KAJIAN



Rekabentuk Kajian



ANALISIS DATA

Responden	60
Pembungkusan	60
Grafik	60
Cadangan	60

PEMBANGUNAN PRODUK

CADANGAN

- 1** Mewujudkan konsep pembungkusan yang berbeza.
- 2** Mempelbagaikan lagi produk inovasi makanan yang berasaskan belacan yang memberi manfaat kepada pengguna.
- 3** Menyediakan demonstrasi makanan berasaskan belacan kepada pengguna.

KESIMPULAN

Kepentingan dan peranan PKS tidak dinafikan mampu mengembangkan lagi struktur asas pembangunan industri makanan di Malaysia. Justeru, pengusaha kecil perlu memberi penekanan yang lebih kepada aspek pemasaran. Komitmen dari pengusaha untuk memajukan diri secara berterusan dalam mengeluarkan produk makanan yang bermutu tinggi mampu untuk menjadikan produk mereka bersaing di peringkat global.

