

---

UNIVERSITI SAINS MALAYSIA

Peperiksaan Semester Kedua  
Sidang Akademik 2002/2003

Februari/Mac 2003

**JTP 348 – Peruncitan**

Masa: 3 jam

---

Sila pastikan bahawa kertas peperiksaan ini mengandungi DUA BELAS muka surat yang bercetak sebelum anda memulakan peperiksaan ini.

Kertas soalan ini mengandungi 2 Bahagian iaitu Bahagian A dan Bahagian B. Bahagian A hendaklah dijawab dalam borang OMR manakala Bahagian B untuk SOALAN 2 adalah WAJIB dan pilih mana-mana TIGA (3) soalan lain.

Pastikan anda menulis angka giliran di atas Borang OMR. Hitamkan nombor angka giliran di dalam ruang yang disediakan.

Serahkan borang OMR dan KESELURUHAN kertas soalan kepada Ketua Pengawas. Jangan ceraikan mana-mana muka surat.

Tuliskan angka giliran anda di setiap kertas jawapan anda.

Baca arahan dengan teliti sebelum anda menjawab soalan ini.

**BAHAGIAN A (50 Markah)****SOALAN 1**

1. Perniagaan yang menjual produk dan servis kepada pelanggan bagi kegunaan peribadi dan keluarga adalah merujuk kepada.
  - A. Peruncit
  - B. Pengeluar
  - C. Pemborong
  - D. A & B sahaja
  
2. Peranan peruncit yang membolehkan pengurangan kos pengangkutan pada pengeluar serta pemborong yang membolehkan pengagihkan produk dalam kuantiti yang kecil pada pengguna dikategorikan pada
  - A. Menyediakan servis (*providing services*).
  - B. Menyimpan inventori (*holding inventori*).
  - C. Pemecahan pukal (*breaking bulk*).
  - D. Tiada jawapan.
  
3. Peluang yang wujud dalam peruncitan di mana individu berminat boleh menceburi dan memulakan perniagaan sendiri di kenali
  - A. Peluang pengurusan (*Management Opportunities*)
  - B. Peluang keusahawanan (*Entrepreneurial Opportunities*)
  - C. Peluang persaingan (*Competition Opportunities*)
  - D. Strategi peruncitan
  
4. Pengeluar → Pemborong → Peruncit → Pelanggan  
Carta aliran di atas adalah merujuk kepada
  - A. Strategi peruncitan
  - B. Rangkaian pengedaran
  - C. Polisi Produk
  - D. Polisi Pengedaran
  
5. \_\_\_\_\_ ialah orientasi pengurusan yang memfokuskan peruncit akan menentukan kehendak sasaran pasaran dan memuaskan segala keinginan yang berkaitan dengan lebih efektif berbanding pesaing.
  - A. Strategi pemasaran
  - B. Campuran peruncitan
  - C. Campuran pemasaran
  - D. Konsep peruncitan

6. Perniagaan yang wujud di suatu tempat atau bangunan bagi tujuan menjalankan urusan atau operasi adalah dikenali \_\_\_\_\_
- A. Peruncitan berkedai.
  - B. Peruncitan elektronik.
  - C. Peruncitan servis.
  - D. Peruncitan tanpa kedai.
7. Firma yang memfokuskan penjualan perkhidmatan kepada pelanggan dikategorikan
- A. Peruncitan produk.
  - B. Peruncitan servis.
  - C. Peruncitan elektronik
  - D. Peruncitan berkedai.
8. Berikut ialah perbezaan yang terdapat antara peruncitan barangan dan servis **KECUALI**
- A. Ketaraan (*Intangibility*)
  - B. *Perishability*
  - C. *Inconsistency*
  - D. *Availability*
9. Rekabentuk dan pelaksanaan campuran pemasaran untuk membentuk imej pada minda pelanggan di sesebuah kedai tersebut adalah dikenali
- A. Perletakan (*positioning*)
  - B. Sasaran (*targeting*)
  - C. Pasaran
  - D. Campuran
10. Elemen-elemen seperti sasaran pasaran peruncit, format peruncitan dalam penuhi sasaran pasaran dan membentuk kelebihan pesaingan pada peruncit boleh dikaitkan dengan
- A. Komunikasi pemasaran
  - B. Strategi peruncitan
  - C. Kesetiaan pelanggan
  - D. Penembusan pasaran

11. Segmen pasaran yang mana peruncit merancang untuk memfokuskan sumber yang ada serta campuran peruncitan boleh diklasifikasikan pada
- A. Penembusan pasaran
  - B. Campuran peruncitan
  - C. Sasaran pasaran
  - D. Pengembangan pasaran
12. Singkatan dari sistem EAS ialah
- A. Electronic artificial standard
  - B. Electronic article surveillance
  - C. Electronic artificial surveillance
  - D. Electronic article standard
13. Proses keputusan pembelian yang melibatkan tiada usaha langsung dalam membuat sesuatu pembelian serta mencari maklumat adalah merujuk kepada
- A. penyelesaian masalah terhad
  - B. penyelesaian masalah berlanjutan
  - C. pembuatan keputusan harian
  - D. gelagat pembelian pengguna
14. Faktor-faktor berikut akan mempengaruhi proses keputusan pembelian seseorang pelanggan **KECUALI**
- A. keluarga
  - B. kumpulan rujukan
  - C. budaya
  - D. keluasan stor
15. Objektif \_\_\_\_\_ ialah untuk menarik minat dan memupuk kakitangan yang baik serta memotivasikan mereka dalam menjalankan tugas agar selaras dengan objektif peruncit.
- A. program pampasan
  - B. '*frequent shopper programmes*'
  - C. perkhidmatan pelanggan
  - D. campuran peruncitan

16. Pendekatan yang menggalakan pemberi servis (*service provider*) mengikut apa kehendak serta ciri-ciri yang berasaskan pada kehendak pelanggan adalah di kenali
- A. *Customization approach*
  - B. *Standardization approach*
  - C. Pendekatan pelanggan
  - D. Pendekatan segmentasi pasaran
17. Perbezaan yang wujud di antara servis sebenar yang ditawarkan kepada pelanggan dengan apa yang telah dijanjikan mengikut program para peruncit boleh merujuk kepada
- A. Jurang penghantaran
  - B. Jurang komunikasi
  - C. Jurang standard
  - D. Jurang pengetahuan
18. Berikut adalah objektif-objektif yang perlu diambil kira dalam merekabentuk stor dan peragaan barangan **KECUALI**
- A. persekitaran stor mesti selaras dengan imej serta strategi peruncit.
  - B. rekabentuk stor yang baik dapat mempengaruhi keputusan pembelian pengguna.
  - C. jumlah jualan yang dihasilkan dengan setiap kaki persegi ruang yang disewa.
  - D. keperluan dan kehendak para pelanggan.
19. \_\_\_\_\_ merujuk kepada bentuk persekitaran stor melalui komunikasi visual, cahaya, warna, muzik dan bauan untuk merangsangkan persepsi pelanggan dan tindakan emosi mereka seterusnya memberi kesan pada gelagat pembelian mereka.
- A. Planogram
  - B. *Grid*
  - C. *Atmospherics*
  - D. Gondola
20. Penghargaan yang diberikan oleh pengurus atau firma kepada kakitangan dalam bentuk pampasan, kenaikan pangkat dan pengiktirafan adalah di kenali
- A. *Extrinsic rewards*
  - B. *Intrinsic rewards*
  - C. *Straight salary compensation*
  - D. *Incentive compensation plan*

21. Strategi firma Wal-Mart dari Amerika Syarikat dan CIFRA di Mexico dengan membentuk syarikat baru di negara tersebut adalah lebih dikenali dengan
- A. pakatan strategik
  - B. pelaburan secara langsung
  - C. usahasama
  - D. franchise
22. Perbezaan yang wujud di antara persepsi peruncit terhadap apa yang diharapkan oleh pelanggan dengan standard yang ditetapkan adalah merujuk pada
- A. jurang komunikasi
  - B. jurang standard
  - C. jurang penghantaran
  - D. jurang pengetahuan
23. Berikut adalah faktor-faktor yang perlu ditekankan pada teknik persembahan barangan kepada pelanggan **KECUALI**
- A. barangan yang dipamer perlu konsisten dengan imej stor.
  - B. jenis barangan yang dijual.
  - C. potensi keuntungan dari jualan produk pengaruhi keputusan produk dipamerkan.
  - D. kenalpasti kehendak & keperluan pelanggan.
24. Dokumen yang memberi hak kepada pemegang untuk dikurangkan harga sebenar barangan yang dibeli adalah dikenali
- A. kupon
  - B. rebat
  - C. diskaun
  - D. brochur
25. Berikut adalah faktor-faktor para peruncit mengenakan '*markdown*' pada barangan pengguna **KECUALI**
- A. untuk menghabiskan stok
  - B. untuk menambahkan jualan melalui promosi
  - C. menjanakan tunai
  - D. sensitiviti persekitaran di sekeliling.

26. Peruncit menjual air soda 3 liter dengan harga \$RM2.39 dan 1 liter pada harga \$0.99. Penetapan harga kategori ini lebih dikenali dengan
- A. *Odd pricing*
  - B. *Price Lining*
  - C. *Multiple-unit pricing*
  - D. *Price bundling*
27. Sistem pengurusan inventori di mana peruncit akan menghantar maklumat pada pengeluaran dan seterusnya mereka akan gunakan maklumat tersebut untuk membentuk ramalan yang dihasilkan melalui komputer adalah singkatan daripada
- A. EDI
  - B. VAN
  - C. ASN
  - D. CPFR
28. Fungsi-fungsi pusat pengedaran adalah seperti berikut **KECUALI**
- A. koordinasi aliran fizikal barangan dalam stor
  - B. penyimpanan barang-barang
  - C. pemeriksaan barang-barang
  - D. menentukan kuantiti barang yang dipesan
29. Dokumen elektronik yang dikenali \_\_\_\_\_ adalah berfungsi sebagai pemberitahuan awal tentang penghantaran barangan dari pembekal kepada peruncit.
- A. advanced shipping notice (ASN)
  - B. electronic data interchange (EDI)
  - C. point-of-sale (POS)
  - D. value added network (VAN)
30. Senario apabila pembekal menjual produk yang sama kepada dua atau lebih pelanggan dengan harga yang berbeza adalah merujuk kepada
- A. penetapan harga menegak
  - B. penetapan harga mendatar
  - C. diskriminasi harga
  - D. *'baits-and-switch tactics'*

31. \_\_\_\_\_ penting untuk mengenalpasti dan menentukan kelayakan staf dalam menjalankan tugas.
- A. Deskripsi tugas
  - B. Analisa tugas
  - C. Penilaian kakitangan
  - D. Rekrut
32. Perancangan pampasan yang dibayar pada kakitangan berasaskan kepada produktiviti pekerja adalah tergolong dalam jenis
- A. Pelan kompensasi insentif
  - B. *'straight salary compensation'*
  - C. Bonus
  - D. Komisyen
33. Terdapat \_\_\_\_ jenis proses pembuatan keputusan yang akan di alami oleh seseorang pengguna dalam membuat pembelian.
- A. 5
  - B. 4
  - C. 3
  - D. 2
34. Pembukaan stor Toys "R" Us di Jepun dan Jerman dengan secara tidak langsung melibatkan kemasukan segmen geografi pasaran yang baru di mana ia boleh dikategorikan sebagai strategi
- A. Mempelbagaikan (Diversification)
  - B. Penembusan pasaran (Market penetration)
  - C. Pengembangan pasaran (Market expansion)
  - D. Pembangunan format peruncitan (Retail format development)
35. Selain daripada memfokuskan penjualan buku melalui internet, firma seperti Amazon.com juga menerokai penjualan produk lain seperti CD, video serta cendermata kepada pelanggan. Strategi peruncitan ini juga dikenali
- A. Pengembangan pasaran (Market expansion)
  - B. Pembangunan format peruncitan (Retail format development)
  - C. Mempelbagaikan (Diversification)
  - D. Penembusan pasaran (Market penetration)



36. Berikut adalah elemen-elemen utama yang perlu di beri perhatian oleh peruncit didalam memperbaiki kualiti servis pada pelanggan **KECUALI**
- A. Menentukan standard di dalam memberi servis kepada pelanggan.
  - B. Memahami tahap perkhidmatan yang diharapkan oleh pelanggan.
  - C. Melaksanakan program komunikasi bagi memberitahu pelanggan tentang servis yang ditawarkan oleh peruncit.
  - D. Mendapatkan maklumbalas dari kakitangan peruncit.
37. \_\_\_\_\_ membenarkan kakitangan di peringkat bawahan membuat sesuatu keputusan penting berkenaan barangan atau servis yang ditawarkan kepada para pelanggan.
- A. 'Empowerment'
  - B. Pendekatan standard
  - C. Pemulihan servis
  - D. Aduan pelanggan
38. Berikut adalah faktor-faktor yang perlu diambil kira oleh 'store planner' dalam merancang ruang pada stor **KECUALI**
- A. Keuntungan hasil jualan barangan tersebut
  - B. Lokasi barangan tersebut dapat menarik minat pelanggan untuk membeli.
  - C. Barang-barang yang ingin ditekankan dalam penjualan.
  - D. Harga barangan yang di jual.
39. Ciri-ciri yang perlu ada pada peruncit jika ingin berjaya eksploitasi peluang pertumbuhan di peringkat antarabangsa adalah seperti di bawah **KECUALI**
- A. mengetuai pasaran tempatan
  - B. strategi yang konsisten
  - C. mempunyai kommitment jangka panjang
  - D. kakitangan yang ramai.
40. Pendekatan strategi kemasukan oleh firma yang memerlukan tahap pelaburan yang tinggi serta berisiko tetapi pulangan pelaburan yang tinggi boleh dikaitkan dengan
- A. pelaburan langsung
  - B. usahasama
  - C. pakatan strategik
  - D. franchise

41. Saiz, pertumbuhan, musim serta kitaran perniagaan boleh tergolong di dalam
- A. Faktor persekitaran
  - B. Faktor pasaran
  - C. Faktor persaingan
  - D. Faktor pengurusan
42. Terdapat \_\_\_\_ langkah yang terlibat serta dilalui oleh peruncit di dalam proses perancangan strategi peruncitan.
- A. 8
  - B. 6
  - C. 7
  - D. 5
43. Keputusan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan dengan serta merta apabila terlihat barangan tersebut adalah lebih dikenali dengan
- A. pembelian berterusan
  - B. pembelian statik
  - C. 'brand loyalty'
  - D. 'impulse buying'
44. Pendekatan yang berasaskan pada prosedur serta peraturan yang sedia ada dimana ia perlu dipatuhi oleh para pelanggan adalah dikenali
- A. Pendekatan standard
  - B. Pendekatan servis
  - C. Pendekatan pelanggan
  - D. '*Customization approach*'
45. Kaedah di mana peruncit menarik pelanggan datang ke kedai melalui pengiklanan produk tetapi produk tersebut tidak wujud untuk dijual dan mendesak pelanggan tersebut beralih pada produk lain dikenali dengan
- A. Taktik 'High & Low'
  - B. Penetapan harga mendatar
  - C. Penetapan harga menegak
  - D. '*Baits-and-switch tactics*'

46. Penetapan harga yang ditentukan oleh cadangan harga runcit pengeluar (MSRP) adalah juga dikenali dengan
- A. Penetapan harga mendatar
  - B. Penetapan harga menegak
  - C. Diskriminasi harga
  - D. EDLP
47. Perbezaan di antara nilai inventori yang direkod berasaskan barangan yang dibeli dan diterima dengan nilai sebenar inventori dalam stor dan dibahagikan dengan jualan runcit yang dilakukan adalah merujuk pada
- A. kesusutan (shrinkage)
  - B. pusing ganti (turnover)
  - C. untung bersih
  - D. untung kasar
48. Berikut adalah elemen-elemen yang menyebabkan berlakunya pengurangan serta kehilangan inventori pada stor **KECUALI**
- A. Kesilapan vendor
  - B. Kecurian oleh pelanggan
  - C. Kesilapan dari segi perekodan
  - D. Kesusutan
49. Diagram yang dibentuk dari fotograf, komputer output atau ilustrasi yang memudahkan para peruncit merangka di mana barangan perlu diletakkan pada kedai mereka di kenali
- A. Gondola
  - B. Grid
  - C. Planogram
  - D. Visual
50. Berikut adalah faktor-faktor yang di ambil kira dalam pemilihan media pengiklanan **KECUALI**
- A. Liputan
  - B. Kos
  - C. Kesan
  - D. Matlamat

**BAHAGIAN B (50 Markah)****SOALAN WAJIB**

2. Kemasukan firma-firma dari luar negara yang berorientasikan peruncitan seperti Carrefour dan Makro ke Malaysia sedikit sebanyak telah memberi persaingan kepada industri peruncitan tempatan seperti supermarket dan kedai runcit. Pada pendapat anda apakah bentuk persaingan yang bakal di hadapi oleh mereka dan nyatakan langkah-langkah yang patut di ambil oleh peruncit tempatan serta kerajaan bagi menghadapi senario ini agar industri ini terus berkembang pada masa hadapan.

( 20 Markah )

**Pilih TIGA (3) soalan sahaja.**

3. Mekar Idaman Bhd adalah sebuah pasaraya yang sedang mengalami pertumbuhan yang pesat dari segi jualan dan pendapatan di Semenanjung Malaysia. Pihak pengurusan syarikat bercadang untuk membuat pelaburan dengan membuka cawangan baru mereka di negara-negara seperti Asia Tenggara dan Asia Barat. Pada pendapat anda apakah elemen-elemen utama yang perlu ada oleh syarikat ini dalam menembusi pasaran antarabangsa. Huraikan dengan jelas besertakan dengan contoh yang relevan.

(10 Markah )

4. Nyatakan faktor-faktor yang memberi kesan sensitiviti pelanggan terhadap harga.

( 10 Markah )

5. Nyatakan elemen-elemen yang terdapat di dalam campuran promosi peruncitan (*retail promotion mix*) beserta dengan contohnya.

( 10 Markah )

6. Revolusi teknologi maklumat telah memberi kesan kepada industri peruncitan terutama pada para pengguna yang menggunakan internet. Nyatakan kesan serta kelebihan yang bakal dinikmati oleh para pelanggan terutama pada corak pembelian mereka.

( 10 Markah )