

**PENCAPAIAN KEDAI TUKAR KOPERASI: PERSPEKTIF PENGURUSAN
PERNIAGAAN DAN KEPUASAN PELANGGAN**

**NORANITA MOHD NOR
NORHAYATI ABDUL RAHMAN
NUR FAEZA YAHYA
ROSHIDI HASSAN**

MAC 2014

RINGKASAN EKSEKUTIF

Kajian ini bertujuan untuk mengkaji sejauhmana pencapaian kedai Coop Mart setelah program TUKAR di bawah Suruhanjaya Koperasi Malaysia (SKM) dilaksanakan. Ia melihat kepada perspektif pengurusan perniagaan koperasi dan juga tahap kepuasan pelanggan terhadap Coop Mart. Secara khususnya, kajian ini akan melihat kepada profil sosioekonomi kedai Coop Mart sebelum dan selepas tahun 2011, pencapaian kedai Coop Mart dari sudut pengurusan kewangan, operasi, pemasaran dan sumber manusia. Seterusnya menganalisis profil pelanggan kedai Coop Mart, mengenalpasti tahap kepuasan pelanggan terhadap perkhidmatan kedai Coop Mart, mengenalpasti pencapaian keseluruhan prestasi kedai Coop Mart sebelum dan selepas program TUKAR serta memberi cadangan ke arah penambahbaikan prestasi kedai Coop Mart.

Kajian ini penting kerana ia dapat membantu pembuat dasar dan polisi di Kementerian Perdagangan Dalam Negeri, Koperasi dan Kepenggunaan (KPDNKK) dan Suruhanjaya Koperasi Malaysia (SKM) dalam memantapkan lagi industri peruncitan khususnya program TUKAR koperasi untuk terus maju dan berdaya saing serta dapat menyumbang kepada Perolehan Negara Kasar (PNK). Selain itu, Maktab Koperasi Malaysia (MKM) sebagai peneraju dalam bidang pendidikan, latihan dan pembangunan modal insan koperasi, dapat merangka program-program latihan untuk pengurusan koperasi, pengurus dan kakitangan. Bagi koperasi yang menyertai program TUKAR boleh menjadikan kajian ini sebagai panduan untuk membuat penambahbaikan. Skop kajian adalah koperasi yang telah menyertai program TUKAR dan beroperasi sepenuhnya di Malaysia. Responden kajian ini adalah terdiri

daripada pengurus dan Ahli Lembaga Koperasi (ALK) yang mengurus kedai TUKAR bagi aspek pengurusan perniagaan koperasi. Manakala, bagi aspek kepuasan pelanggan, responden adalah terdiri daripada pelanggan kedai Coop Mart.

Dalam bab kedua dibincangkan mengenai hasil kajian lepas yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi kejayaan sesebuah perniagaan runcit. Faktor tersebut terbahagi kepada dua (2) iaitu faktor dari perspektif perniagaan itu sendiri (pengurusan perniagaan) dan juga faktor dari perspektif luaran (kepuasan pelanggan). Bagi faktor pengurusan perniagaan, empat (4) aspek telah dikenalpasti iaitu pengurusan kewangan, pengurusan operasi, pengurusan pemasaran dan pengurusan sumber manusia. Manakala bagi aspek kepuasan pelanggan terdapat Sembilan (9) aspek telah dikenalpasti iaitu lokasi, perkhidmatan tambahan, kualiti produk, kemudahan yang disediakan, kebolehpercayaan, proses operasi, nilai tambah wang, sifat kakitangan dan perkhidmatan personal.

Metodologi kajian yang digunapakai dalam kajian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kaedah kuantitatif. Senarai koperasi bagi tujuan ini adalah diperolehi daripada data Suruhanjaya Koperasi Malaysia sehingga 31 Disember 2012. Kajian rintis (*pilot study*) telah dijalankan untuk menguji kefahaman responden terhadap soalan dan arahan yang terkandung dalam borang soal selidik. Kajian rintis ini dijalankan pada peringkat permulaan kajian di mana data diperolehi daripada 10 buah kedai Coop Mart di sekitar Lembah Klang. Hasil daripada kajian rintis, penyelidik telah mengunapakai soal selidik tersebut untuk tujuan mengumpul data primer. Data primer diperolehi melalui borang soal selidik yang diedar secara pos dan temuduga bersemuka. Borang soal selidik telah dihantar kepada 155 buah kedai Coop Mart di seluruh Malaysia yang telah dipilih secara persampelan rawak berstrata atau '*stratified random sampling*'. Setiap kedai diperuntukkan sebanyak enam salinan borang soal selidik untuk diisi oleh seorang ALK atau Pengurus Koperasi dan lima orang pelanggan. Kadar maklum balas responden adalah sebanyak 102 buah koperasi iaitu mewakili 65.8 peratus keseluruhannya. Majoriti responden bagi pihak pengurusan adalah pengurus koperasi (38.2%), manakala pelanggan pula adalah terdiri daripada anggota koperasi (60.2%).

Hasil kajian mendapati terdapat peningkatan dari aspek pengurusan perniagaan kedai Coop Mart dan kepuasan pelanggan selepas program transformasi kedai runcit (TUKAR) dilaksanakan. Pengurusan kewangan menunjukkan peningkatan yang ketara diikuti dengan pengurusan pemasaran, pengurusan sumber manusia dan pengurusan operasi. Manakala bagi

kepuasan pelanggan, kemudahan yang disediakan di dalam kedai seperti rekaan dan hiasan dalaman, susun atur barangan dan pencahayaan kedai oleh kedai Coop Mart adalah sumber kepuasan yang paling dominan. Dapatan kajian ini juga menunjukkan terdapat kesan yang positif di antara pengurusan perniagaan kedai Coop Mart dengan kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bahawa apabila aspek pengurusan perniagaan koperasi diurus dengan baik, maka tahap kepuasan pelanggan terhadap Coop Mart akan turut meningkat.

Terdapat beberapa cadangan untuk penambahbaikan dari pihak pengurusan koperasi dan juga pelanggan kepada pihak yang berkaitan. Di antara cadangan dari pihak pengurusan koperasi adalah dapat meningkatkan jumlah geran/bantuan, menaiktaraf premis, kekerapan pemantauan dan meningkatkan kualiti produk Coop 1M. Manakala cadangan dari pihak pelanggan adalah penambahbaikan dari aspek operasi, premis, barangan, promosi, perkhidmatan tambahan, sistem POS dan latihan kakitangan. Berdasarkan dapatan kajian, kumpulan penyelidik mencadangkan agar geran yang diberi oleh pihak SKM mengikut keperluan operasi kedai, melakukan pemantauan yang kerap oleh SKM, melantik lebih ramai pembekal, mewujudkan program mentor dan pengurusan setempat mengikut model Coop Norway, meningkatkan aktiviti promosi, memperluaskan penggunaan kad keahlian, meningkatkan sistem operasi berkomputer dan mengadakan kursus lanjutan secara berperingkat kepada pihak pengurusan dan kakitangan koperasi.