SAMPEL PERCUMA

Trial STPM 2020 Pengajian Perniagaan Sem 1 Muar

Set penuh: Kertas Percubaan STPM

Sem 1 · Pengajian Perniagaan

Sampel ini: 8 muka surat. Set penuh ada:

- 3 fail PDF
- Semester 1: kertas percubaan (trial) negeri, subjek yang dipilih + skema
- Blueprint 30 hari Semester 1 (setiap subjek)
- Semester 3: percubaan 2024, 10 subjek, banyak negeri, soalan + skema dalam satu fail

RM12.90

BELI SET PENUH RM12.90 >

nightmew.com/p/stpm · FPX semua bank · download sejurus lepas bayar

Sampel bermula di muka surat sebelah

Bahagian A [50 *markah*]

Jawab **semua** *soalan.*

1 Jelaskan langkah ketiga dan langkah keempat dalam proses perniagaan sebuah kilang kasut. [6]

2 Nyatakan **tiga** perbezaan antara perniagaan dengan bukan perniagaan. [6]

3 Nyatakan **empat** langkah dalam proses pengeluaran. [4]

4 Berikan maksud konsep *merekayasa* dan konsep *reka bentuk berbantu komputer* dalam pengurusan pengeluaran moden. [4]

5 Berikan **empat** langkah penyelidikan pemasaran. [4]

6 Huraikan **tiga** faktor psikologi yang boleh mempengaruhi gelagat sesorang pengguna. [6]

7 Berikan **lima** jenis sumber dana mengikut jangka masa pendek. [5]

8 Huraikan **tiga** elemen bajet tunai. [6]

9 Huraikan **dua** faktor penentuan keperluan sumber manusia dalam sebuah organisasi. [4]

10 Senaraikan **lima** kaedah yang dilakukan oleh kerajaan dalam mengekalkan hubungan harmoni antara majikan dengan pekerja. [5]

Bahagian B [50 *markah*]

Baca kajian kes di bawah dan jawab soalan yang mengikutinya.

IKEA MALAYSIA

11 IKEA merupakan peruncit kelengkapan rumah. Konsep IKEA bermula dengan idea menyediakan rangkaian produk yang mampu dimiliki kepada orang ramai. Ia dicapai dengan menggabungkan fungsi, kualiti, reka bentuk dan nilai iaitu sentiasa mengutamakan produk mesra alam sekitar. IKEA mengembangkan perniagaan peruncitan menerusi gedung-gedung di seluruh dunia, katalog IKEA, laman web syarikat dan aplikasi, paling penting, di dalam berjuta-juta kediaman di sekeliling. Pada tahun 2018, IKEA MALAYSIA telah memulakan e-commerce untuk membawa produknya lebih dekat kepada orang yang tinggal jauh dari gedung IKEA yang terdekat.

Gedung-gedung IKEA Cheras, Tebrau, Damansara dan Batu Kawan membolehkan pelanggan membuat belanja di gedung IKEA semudah mungkin dan menyeronokan. Pelanggan boleh memilih untuk melakukannya sendiri atau menerima pelbagai perkhidmatan daripada pekerja IKEA seperti penghantaran, mengambil dan menghantar, semak status penghantaran, pemasangan bilik mandi, pengukuran, pemasangan, jahitan, kewangan dan polisi pemulangan. Selain itu, pelanggan boleh menjadi pereka dan peribadikan perabot inspirasi dengan bantuan peralatan merancang yang disediakan oleh IKEA. Pelanggan boleh menyusun semula dan mencuba gaya yang berbeza, melihat senarai, harga dan menyemak ketersediaan stok di gedung IKEA sehingga berpuas hati dengan rekaan akhir mereka.

Katalog IKEA membawa konsep idea baharu, produk baharu dan rumah baharu. Produk IKEA penuh dengan inspirasi mampu milik yang mudah dan memberi kehidupan harian di rumah yang lebih baik. IKEA memperkenalkan produknya seperti aksesori memasak dan dapur, almari, kabinet, katil, meja dan kerusi, pencahayaan dan hiasan, sofa, tekstil, perabot luar dan sebagainya melalui katalognya.

Pelanggan juga membuat pembelian produk IKEA secara dalam talian. Pelanggan boleh memuat turun aplikasi IKEA percuma supaya membeli-belah menjadi lebih mudah dan menggunakan aplikasi katalog IKEA yang baharu untuk dapatkan katalog cetakan dan dalam talian versi lebih lanjut. Lawan Web syarikat IKEA juga merupakan langkah yang diambil oleh syarikat untuk menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dan masyarakat. Pelanggan boleh melayari laman web syarikat untuk mengetahui maklumat penting tentang kewujudan produk syarikat dan berita terkini.

Timbalan Pengarah Runcit IKEA Asia Tenggara, Gerard Jansen menyatakan persekitaran perniagaan akan mempengaruhi syarikat dalam usaha mencari pendekatan harga lebih mampu milik bagi produk IKEA supaya mewujudkan kehidupan seharian

yang lebih baik bagi rakyat Malaysia. Menurut beliau, bajet negara yang mesra perniagaan membolehkan syarikat meneruskan pelan peluasannya di Malaysia. Beliau juga menjelaskan bahawa pelarasan harga pada bulan September 2018 adalah tidak berkaitan dengan pelaksanaan Cukai Jualan dan Perkhidmatan (SST) kerana ia sejajar dengan katalog IKEA 2019 yang dikeluarkan pihaknya. Faktor yang mendorong perubahan harga produk termasuk kos pengeluaran, perubahan permintaan produk di peringkat global, ketidaktentuan mata wang serta persaingan pasaran.

IKEA memberi komitmen dengan menawarkan harga terendah dan paling kompetitif di pasaran untuk memastikan rakyat Malaysia boleh terus menikmati produk dan penyelesaian kelengkapan rumah mampu milik, direka bentuk secara baik, berfungsi dan berkualiti. Antara produk yang diberi tawaran istimewa untuk tempoh masa 2 September 2019 hingga 29 September 2019 ialah harga biasa selimut RM149 seunit ditawarkan kepada harga RM 99 seunit, harga biasa bangku berpenyandar boleh lipat iaitu RM145 seunit ditawarkan kepada harga RM109 seunit, harga biasa meja sisi beroda iaitu RM129 seunit ditawarkan kepada harga RM109 seunit. Harga istimewa juga ditawarkan kepada pemegang kad ahli IKEA untuk barang terpilih. Ahli Tetap mendapat 3x mata FAMILY ke atas pembelian pertama di salah satu gedung IKEA pada bulan hari lahir ahli. Kejayaan IKEA ini dikongsikan oleh pelanggan bernama Hasrul Wira yang berjaya menikmati hobinya di apartment studionya di ruangan Detik Istimewa dalam lawan web IKEA.

Berdasarkan kajian kes pada halaman 3 dan halaman 4 ,

(*a*) terangkan pengaruh persekitaran umum terhadap perniagaan IKEA Malaysia, dan [21]

(*b*) jelaskan campuran promosi yang dilaksanakan oleh IKEA Malaysia [13]

Jawab **satu** *soalan sahaja.*

12 Jelaskan **empat** prinsip takaful dalam aspek kepatuhan syariah. [16]

13 Jelaskan **empat** tindakan menarik minat pekerja supaya memohon pekerjaan dalam sesebuah organisasi. [16]

PEPERIKSAAN PENTAKSIRAN DAERAH MUAR
PENGAJIAN PERNIAGAAN PENGGAL SATU
TAHUN 2020
SKEMA JAWAPAN

BAHAGIAN A

1	Jelaskan langkah ketiga dan langkah keempat dalam proses perniagaan sebuah kilang kasut.	[6]

Langkah ketiga dan langkah keempat dalam proses perniagaan sebuah kilang kasut ialah:-
1. Output (F-1)
Output merujuk kepada hasil selepas aktiviti tambah nilai. (H-1)
Contoh : kilang kasut mengeluarkan pelbagai jenis kasut dalam saiz, bentuk, warna yang berlainan. (C-1)

2. Pemasaran (F)
Urusniaga yang akan melibatkan usaha mengagihkan keluaran siap dan separuh siap kepada pengguna sasaran. (H)
Contoh : kasut yang berjenama akan dijual kepada pengguna yang kaya. (C)

(2F2H2C=6m)

2	Nyatakan **tiga** perbezaan antara perniagaan dengan bukan perniagaan.	[6]

Tiga perbezaan antara perniagaan dengan bukan perniagaan ialah:-

Dimensi	Perniagaan	Bukan Perniagaan
Matlamat	Memaksimumkan keuntungan sebagai pulangan kepada perniagaan (H-1)	Menjaga kebajikan ahli yang menjadi anggotanya (H-1)
Aktiviti	Penghasilan barang dan perkhidmatan	Bergantung kepada tujuan penubuhan
Pengurusan	Peyumbang modal terbesar mempunyai kuasa besar untuk menguruskan organisasi	Diurus oleh satu pasukan pengurusan yang dipilih melalui system demokrasi
Sumber kewangan	Pelaburan pemilik perniagaan, pinjaman kewangan daripada pihak pembiaya dan keuntungan perniagaan	Kutipan yuran keahlian, derma luar dan tajaan daripada pihak lain
Perundangan	Dikawal oleh Akta Syarikat 1965 dan Akta Perniagaan 1956	Dikawal oleh Akta Pertubuhan 1966

(mana-mana 3 yang pertama x 2 = 6m)

3	Nyatakan **empat** langkah dalam proses pengeluaran.	[4]

Empat langkah dalam proses pengeluaran ialah:-
1. Input (F-1)
2. Proses transformasi
3. Output
4. Maklum balas

(4F=4m)

4	Berikan maksud konsep *merekayasa* dan konsep *reka bentuk berbantu komputer* dalam pengurusan pengeluaran moden.	[4]

(i) Maksud merekayasa
- mereka bentuk semula proses teras yang kritikal, sistem, polisi atau struktur organisasi secara radikal [1]
- supaya proses kerja akan lebih cekap/ meningkatkan kualiti/ mencapai kemajuan yang lebih besar[1]

(ii) Maksud Reka Bentuk Berbantu Komputer
- satu sistem yang menggunakan grafik komputer mereka bentuk produk fizikal [1]
- Untuk mengubah suai sesuatu reka bentuk produk [1]

(4H=4m)

5	Berikan **empat** langkah penyelidikan pemasaran.	[4]

Empat langkah penyelidikan pemasaran ialah:-
1. Mengenal pasti masalah dan menetapkan objektif (F-1)
2. Membentuk rancangan penyelidikan
3. Melaksanakan penyelidikan dan menganalisis data
4. Menginterpretasikan dan melapor penemuan

(4F =4m)

6	Huraikan **tiga** faktor psikologi yang boleh mempengaruhi gelagat pengguna.	[6]

Tiga faktor psikologi yang boleh mempengaruhi gelagat pengguna ialah:-
1. Persepsi (F-1)
- Tanggapan pengguna terhadap produk akan mempengaruhi keputusan pembelian (H-1)

2. Pembelajaran
- Pengalaman dan pengetahuan pembelian/ penggunaan sesuatu produk mempengaruhi keputusan pembelian

3. Personaliti
- Sifat/ ciri individu yang konsisten

4. Sikap
- Kelakuan/ tingkah laku/ tindak balas berasaskan perasaan dan kemahuan pengguna membeli barang

5. Motivasi
- Dorongan/galakan yang menggerakkan individu dalam mempengaruhi pembelian sesuatu produk.

6. Kepercayaan
- pegangan/ falsafah pengguna menjadi garis panduan dalam membuat keputusan membeli

(3F3H=6m)

7	Berikan **lima** jenis sumber dana mengikut jangka masa pendek.	[5]

Lima jenis sumber dana mengikut jangka masa pendek ialah:-

1. Overdraf (F-1)
2. Pemfaktoran
3. Penerimaan jurubank
4. *Trust receipt*
5. Pinjaman jangka pendek
6. Nota janji
7. Kredit dagangan
8. Kredit pusingan
9. Surat kredit
10. Pinjaman berjangka

(5 Fakta yang pertama=5m)

8	Huraikan **tiga** elemen bajet tunai.	[6]

Tiga elemen bajet tunai ialah:-

1. Penerimaan tunai (F-1)
- wang tunai masuk dalam perniagaan bagi satu tempoh masa (H-1)

2. Pembayaran tunai
- wang tunai keluar dalam perniagaan bagi satu tempoh masa

3. Aliran tunai bersih
- baki yang diperoleh selepas penolakan pembayaran tunai daripada penerimaan tunai bagi satu tempoh masa

4. Lebihan/kurangan tunai
- Lebihan ialah penerimaan tunai melebihi pembayaran tunai.
- Kurangan ialah pembayaran tunai melebihi penerimaan tunai

(3F3H=6m)

9	Huraikan **dua** faktor penentuan keperluan sumber manusia dalam organisasi.	[4]

Dua faktor penentuan keperluan sumber manusia dalam organisasi ialah:-

1. Perubahan teknologi (F-1)
- Perubahan teknologi memerlukan pekerja yang berkemahiran tinggi/ berkebolehan secara cekap dan berkesan untuk disesuaikan dengan perubahan semasa atau (H-1)
- Perubahan teknologi menyebabkan kuantiti pekerja berkurangan disebabkan tenaga pekerja diganti dengan penggunaan teknologi

2. Perubahan sosioekonomi
- Keperluan pekerjaan bergantung kepada daya saing tenaga kerja dalam sesebuah masyarakat.
- Perubahan ekonomi menyebabkan permintaan bilangan pekerja boleh bertambah (ekonomi baik) atau berkurangan (ekonomi meleset)

3. Pertumbuhan perniagaan
- Perkembangan perniagaan menyebabkan pertambahan permintaan ke atas tenaga kerja untuk memenuhi kekosongan jawatan

			K10: Pelanggan boleh menggunakan aplikasi katalog IKEA yang baharu untuk dapatkan katalog cetakan dan dalam talian versi lebih lanjut. K11: Lawan Web syarikat IKEA juga merupakan langkah yang diambil oleh syarikat untuk menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dan masyarakat K12: Pelanggan boleh melayari laman web syarikat untuk mengetahui maklumat penting tentang kewujudan produk syarikat dan berita terkini.
4	Persekitaran persaingan dan jaringan	Persaingan merujuk aktiviti antara firma yang bersaing untuk memaksimumkan keuntungan melalui pelbagai strategi Jaringan merujuk hubungan perjanjian yang dibuat secara formal/ pakatan strategik antara perniagaan dengan pihak lain	K13: IKEA memberi komitmen dengan menawarkan harga terendah dan paling kompetitif di pasaran untuk memastikan rakyat Malaysia boleh terus menikmati produk dan penyelesaian kelengkapan rumah mampu milik, direka bentuk secara baik, berfungsi dan berkualiti.

(4F+4H+13KK = 21m)

SOALAN 13

	Jelaskan **empat** tindakan menarik minat pekerja supaya memohon pekerjaan dalam sesebuah organisasi.	[16]

Empat tindakan organisasi dalam menarik minat pekerja ialah:-

1. Hebahan Umum (F-1)

- Pengumuman mengenai jawatan kosong dalam bentuk pemberian notis melalui media. (H-1)
- Hebahan umum boleh dibuat melalui media massa dan media persendirian (H-1)
- Contoh: jawatan kosong paramugari disiarkan dalam surat khabar (C-1)

2. Iklan

- Pengumuman jawatan kosong kepada pemohon yang berpotensi dalam bentuk pemberian notis.
- Pemberian notis dalam bentuk poster diletakkan di tempat yang strategik
- Contoh: poster jawatan kosong jurutera diletakkan di Universiti Multimedia

3. Head-hunting

- Tindakan proaktif organisasi mendapatkan bakal pekerja yang berpotensi secara khusus.
- Proses mendapatkan pekerja potensi melalui pelbagai sumber seperti teman, rakan sekerja, rujukan (IPTA)
- Contoh: menghubungi bakal calon pekerja yang dikenal pasti melalui emel/ telefon/ membuat temu janji.

4. Walk-in

- Bakal pekerja terus menghadiri temuduga tanpa terikat dengan masa
- Bakal pekerja boleh merujuk melalui media massa atau media persendirian sesebuah organisasi untuk mengetahui maklumat tentang kekosongan sesuatu jawatan.
- Contoh: bakal calon pekerja menghubungi majikan untuk menentukan waktu temuduga

(F-1, 2Hx1-2, C-1, 4x4m =16m)

TAMAT SAMPEL

Suka sampel ini?

Set penuh: Kertas Percubaan STPM

Sem 1 · Pengajian Perniagaan

Sampel ini: 8 muka surat. Set penuh ada:

- 3 fail PDF
- Semester 1: kertas percubaan (trial) negeri, subjek yang dipilih + skema
- Blueprint 30 hari Semester 1 (setiap subjek)
- Semester 3: percubaan 2024, 10 subjek, banyak negeri, soalan + skema dalam satu fail

RM12.90

BELI SET PENUH RM12.90 >

nightmew.com/p/stpm · FPX semua bank · download sejurus lepas bayar