



Fakulti Pengurusan Perniagaan
(Faculty of Business Management)
Universiti Utara Malaysia

PERAKUAN KERJA KERTAS PROJEK
(Certification of Project Paper)

Saya, yang bertandatangan, memperakukan bahawa
(I, the undersigned, certify that)

ZAITU AKMA MUSTAFFA

calon untuk Ijazah **SARJANA SAINS (PENGURUSAN)**
(candidate for the degree of)

telah mengemukakan kertas projek yang bertajuk
(has presented his/her project paper of the following title)

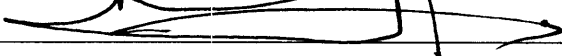
PEMBANGUNAN KEUSAHAWANAN : SATU KAJIAN MENGENAI PEMASARAN

PRODUK KELUARAN PERSATUAN NELAYAN KAWASAN

Seperti yang tercatat di muka surat tajuk dan kulit kertas projek
(as it appears on the title page and front cover of project paper)

bahawa kertas projek tersebut boleh diterima dari segi bentuk serta kandungan dan meliputi bidang ilmu dengan memuaskan.
(that the project paper acceptable in form and content and that a satisfactory knowledge of the field is covered by the project paper).

Nama Penyelia : **PROF. MADYA DR. MOHD. NOOR MOHD. SHARIFF**
(Name of Supervisor)

Tandatangan : 
(Signature)

Tarikh : **27 OKTOBER 2004**
(Date)

**PEMBANGUNAN KEUSAHAWANAN: SATU KAJIAN MENGENAI
PEMASARAN PRODUK KELUARAN PERSATUAN
NELAYAN KAWASAN**

**Kertas Projek Sarjana ini diserahkan kepada Fakulti Pengurusan
Perniagaan sebagai memenuhi sebahagian daripada keperluan
Ijazah Sarjana Sains (Pengurusan)
Universiti Utara Malaysia**

**Oleh:
ZAITU AKMA BINTI MUSTAFFA**

©ZAITU AKMA BINTI MUSTAFFA, 2004. Hakcipta Terpelihara

KEBENARAN MENGGUNA

Kertas projek Sarjana ini dikemukakan sebagai memenuhi sebahagian daripada keperluan pengijazahan program Sarjana Sains (Pengurusan) Universiti Utara Malaysia. Saya bersetuju membenarkan pihak perpustakaan universiti mempamerkan sebagai bahan rujukan umum. Saya juga bersetuju bahawa sebarang bentuk salinan sama ada secara keseluruhan atau sebahagian daripada tesis ini untuk tujuan akademik adalah dibenarkan dengan kebenaran penyelia tesis atau Dekan Fakulti Pengurusan Perniagaan. Sebarang bentuk salinan dan cetakan bagi tujuan komersil adalah dilarang sama sekali tanpa kebenaran bertulis daripada penyelidik. Pernyataan rujukan kepada penulis dan Universiti Utara Malaysia perlulah dinyatakan jika sebarang bentuk rujukan dibuat ke atas tesis ini.

Kebenaran untuk menyalin atau menggunakan kertas projek sarjana ini sama ada secara keseluruhan ataupun sebahagian daripadanya hendaklah dipohon melalui:

Dekan
Fakulti Pengurusan Perniagaan
Universiti Utara Malaysia
06010 Sintok
Kedah Darul Aman

ABSTRAK

Pembangunan keusahawanan dalam sektor perikanan semakin diberi perhatian pada masa kini. Pemasaran menjadi unsur penting dalam menjayakan pembangunan keusahawanan. Elemen-elemen campuran pemasaran boleh mempengaruhi keputusan pembelian pengguna. Kajian ini dilakukan bertujuan untuk mengenalpasti pembangunan keusahawanan dalam Persatuan Nelayan Kawasan (PNK) yang memasarkan produk perikanan kepada pengguna melalui campuran pemasaran 4P (produk, harga, tempat/pengagihan dan promosi). Jenis persampelan yang digunakan dalam kajian ini ialah persampelan rawak mudah di mana seramai 323 orang penduduk Perlis telah dilibatkan. Penganalisan data yang dibuat ialah analisa diskriptif dan analisa inferensi. Keempat-empat elemen campuran pemasaran mempunyai hubungan positif dengan keputusan pembelian. Bagaimanapun, faktor demografi pengguna didapati tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Ini bermakna bahawa PNK perlu melakukan inovasi agar pengguna mempunyai persepsi baru terhadap produk ikan kering keluaran mereka.

ABSTRACT

Entrepreneurship development in fishery sector has become more important nowadays. Marketing is important element for successful entrepreneurship development. Marketing mix elements can influence purchasing decision made by consumers. This study being done to identify entrepreneurship development in Persatuan Nelayan Kawasan (PNK) which markets fishery product to consumers, through 4P's marketing mix (product, price, place/distribution and promotion). The type of sampling being used in this study is convenient sampling where 323 peoples in Perlis were involved. Data analyses being done are descriptive analysis and inferential analysis. All of the marketing elements have a positive relationship with purchasing decision. However, consumer's demographic factors are not influencing the consumer's purchasing decision. This means that PNK should do product innovation so that the consumers will give a new perception about their product.

PENGHARGAAN

Alhamdulillah, syukur ke hadrat Illahi kerana dengan limpah kurnia dan keizinanNya saya telah berjaya menyiapkan kertas projek ini.

Sesungguhnya kertas projek ini telah memberikan saya banyak pengalaman dan ilmu pengetahuan. Saya telah mendapat pendedahan yang sebenar dalam proses membuat penyelidikan. Pengalaman dalam menyiapkan tesis ini adalah amat berharga dan memberi manfaat yang besar buat diri saya.

Di kesempatan ini saya merakamkan jutaan terima kasih dan setinggi-tinggi penghargaan kepada penyelia saya iaitu Prof. Madya Dr. Mohd. Noor bin Mohd. Shariff. Beliau telah banyak memberi bimbingan dan nasihat kepada saya dalam proses menyiapkan kertas projek ini. Komitmen beliau dalam membantu saya adalah amat besar maknanya.

Terima kasih juga saya ucapkan kepada pihak Lembaga Kemajuan Ikan Malaysia (LKIM) Perlis, Persatuan Nelayan Perlis Selatan dan Persatuan Nelayan Kuala Perlis kerana telah membantu saya dengan memberikan maklumat yang diperlukan untuk kertas projek ini. Saya juga amat menghargai segala kerjasama yang telah ditunjukkan oleh para peraih, pemborong ikan dan penduduk Perlis secara keseluruhannya.

Ucapan penghargaan ini juga saya tujukan kepada keluarga tersayang, khasnya buat emak, ayah dan adik beradik yang telah memberi sokongan kepada saya dalam mencapai

matlamat hidup saya. Buat suami tercinta, Sahri bin Ali, terima kasih tidak terhingga kerana tidak jemu-jemu memberikan semangat dan galakan kepada saya dalam menjalankan penyelidikan ini. Segala doa, nasihat, pengorbanan dan jasa mereka amat besar ertinya buat diri saya.

Saya berterima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam kertas projek ini sama ada secara langsung mahupun secara tidak langsung. Saya berharap usaha saya selama ini diberkati Allah s.w.t dan dapat memberikan kebaikan untuk semua pihak. InsyaAllah.

Sekian, wassalam.

KANDUNGAN

PERAKUAN KERTAS KERJA PROJEK	i
KEBENARAN MENGGUNA	ii
ABSTRAK	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
PENGHARGAAN	v
KANDUNGAN	vii
SENARAI JADUAL	xiii
SENARAI GAMBARAJAH	xiv
SENARAI SINGKATAN	xv

BAB SATU: PENDAHULUAN

1.1 Pengenalan.....	1
1.2 Signifikan Kajian.....	6
1.3 Penyataan Masalah.....	7
1.4 Objektif Umum Kajian.....	9
1.4.1 Objektif Khusus.....	9
1.5 Pembentukan Hipotesis.....	10
1.6 Limitasi Kajian.....	11
1.7 Organisasi Kajian.....	12

BAB DUA: ULASAN KARYA SATU: PEMBANGUNAN KEUSAHAWANAN DALAM INDUSTRI PERIKANAN

2.1 Pengenalan.....	14
2.2 Definisi dan Konsep Usahawan dan Keusahawanan.....	15
2.3 Perspektif Keusahawanan Menurut Pelbagai Disiplin.....	16
2.3.1 Keusahawanan Mengikut Ahli Ekonomi.....	16
2.3.2 Keusahawanan Mengikut Perspektif Sosiologi.....	18
2.3.3 Keusahawanan Mengikut Perspektif Psikologi.....	22
2.3.4 Keusahawanan Mengikut Perspektif Pemasaran.....	25
2.3.5 Keusahawanan Mengikut Perspektif Gelagat Organisasi.....	26
2.3.6 Keusahawanan Mengikut Perspektif Pengurusan Strategik.....	27
2.4 Industri Perikanan.....	28
2.5 Lembaga Kemajuan Ikan Malaysia (LKIM).....	31
2.5.1 Aktiviti-aktiviti LKIM.....	32
2.6 LKIM Negeri Perlis.....	36
2.7 Persatuan Nelayan.....	38
2.7.1 Persatuan Nelayan Kebangsaan (NEKMAT).....	40
2.7.2 Persatuan Nelayan Negeri Perlis (PENIKA).....	41
2.7.3 Persatuan Nelayan Kawasan (PNK) Kuala Perlis.....	43
2.7.4 Persatuan Nelayan Kawasan (PNK) Perlis Selatan.....	44
2.8 Ringkasan.....	45

BAB TIGA: ULASAN KARYA DUA: PEMASARAN DALAM INDUSTRI PERIKANAN.

3.1 Pengenalan.....	46
3.2 Definisi dan Konsep Pemasaran.....	47
3.3 Campuran Pemasaran.....	49
3.3.1 Produk.....	50
3.3.2 Harga.....	52
3.3.3 Tempat/Pengagihan.....	53
3.3.4 Promosi.....	55
3.4 Gelagat Pengguna.....	57
3.5 Keputusan Pembelian.....	61
3.6 Hubungan Antara Pengguna Dengan Strategi Pemasaran.....	63
3.7 Ringkasan.....	64

BAB EMPAT: KERANGKA TEORI

4.1 Pengenalan.....	65
4.2 Kerangka Konseptual.....	65
4.3 Pembolehubah-Pembolehubah Utama Kajian.....	66
4.3.1 Produk.....	67
4.3.2 Harga.....	67
4.3.3 Tempat/Pengagihan.....	68
4.3.4 Promosi.....	68
4.3.5 Faktor Demografi.....	69
4.3.6 Keputusan Pembelian.....	69

4.4 Ringkasan.....	69
--------------------	----

BAB LIMA: METODOLOGI KAJIAN

5.1 Pengenalan.....	71
5.2 Rekabentuk Kajian.....	71
5.3 Sumber Data.....	72
5.3.1 Data Primer.....	72
5.3.2 Data Sekunder.....	72
5.4 Lokasi Kajian.....	73
5.5 Rangka Persampelan.....	73
5.6 Rekabentuk Soal Selidik.....	74
5.7 Pembentukan Ukuran.....	75
5.7.1 Skala Nominal.....	76
5.7.2 Skala Interval.....	76
5.7.3 Skala Ratio.....	76
5.8 Penganalisan Data.....	77
5.9 Ujian Rintis (<i>Pilot Test</i>).....	77
5.10 Teknik Analisis Data.....	78
5.10.1 Statistik Diskriptif.....	78
5.10.2 Statistik Inferensi.....	78
5.11 Ringkasan.....	79

BAB ENAM: DAPATAN KAJIAN

6.1 Pengenalan.....	80
6.2 Analisa Frekuensi Dan Peratusan Profil Sampel.....	81
6.2.1 Jantina.....	81
6.2.2 Umur.....	81
6.2.3 Tahap pendidikan.....	83
6.2.4 Pendapatan Bulanan.....	84
6.2.5 Bilangan Isirumah.....	85
6.3 Analisa Min Dan Sisihan Piawai Sikap Pengguna.....	86
6.3.1 Sikap Terhadap Produk.....	86
6.3.2 Sikap Terhadap Harga.....	87
6.3.3 Sikap Terhadap Tempat/Pengagihan.....	88
6.3.4 Sikap Terhadap Promosi.....	89
6.4 Ujian Hipotesis.....	90
6.4.1 Hipotesis Pertama.....	90
6.4.2 Hipotesis Kedua.....	91
6.4.3 Hipotesis Ketiga.....	92
6.4.4 Hipotesis Keempat.....	93
6.4.5 Hipotesis Kelima.....	93
6.4.6 Hipotesis Keenam.....	94
6.4.7 Hipotesis Ketujuh.....	95
6.4.8 Hipotesis Kelapan.....	96
6.4.9 Hipotesis Kesembilan.....	96

6.5 Ringkasan.....	97
--------------------	----

BAB 7: KESIMPULAN DAN CADANGAN

7.1 Pengenalan.....	98
7.2 Rumusan Kajian.....	99
7.3 Sikap Terhadap Produk.....	100
7.4 Sikap Terhadap Harga.....	101
7.5 Sikap Terhadap Tempat/Pengagihan.....	102
7.6 Sikap Terhadap Promosi.....	103
7.7 Cadangan.....	104

RUJUKAN.....	109
---------------------	------------

Lampiran

SENARAI JADUAL

Jadual 6.1: Frekuensi Dan Peratusan Responden Mengikut Jantina	80
Jadual 6.2: Frekuensi Dan Peratusan Responden Mengikut Umur	80
Jadual 6.3: Frekuensi Dan Peratusan Responden Mengikut Tahap Pendidikan	81
Jadual 6.4: Frekuensi Dan Peratusan Responden Mengikut Pendapatan Bulanan	82
Jadual 6.5: Frekuensi Dan Peratusan Responden Mengikut Bilangan Isirumah	83
Jadual 6.6: Nilai Min Dan Sisihan Piawai Bagi Kategori Produk	84
Jadual 6.7: Nilai Min Dan Sisihan Piawai Bagi Kategori Harga	85
Jadual 6.8: Nilai Min Dan Sisihan Piawai Bagi Kategori Tempat/Pengagihan	86
Jadual 6.9: Nilai Min Dan Sisihan Piawai Bagi Kategori Promosi	87
Jadual 6.10: Analisa Ujian Kolerasi Pearson Bagi Hipotesis 1	88
Jadual 6.11: Analisa Ujian Kolerasi Pearson Bagi Hipotesis 2	89
Jadual 6.12: Analisa Ujian Kolerasi Pearson Bagi Hipotesis 3	90
Jadual 6.13: Analisa Ujian Kolerasi Pearson Bagi Hipotesis 4	91
Jadual 6.14: Analisa Ujian-T Bagi Hipotesis 5	92
Jadual 6.15: Analisa Ujian ANOVA Bagi Hipotesis 6	93
Jadual 6.16: Analisa Ujian ANOVA Bagi Hipotesis 7	94
Jadual 6.17: Analisa Ujian ANOVA Bagi Hipotesis 8	95
Jadual 6.18: Analisa Ujian ANOVA Bagi Hipotesis 9	95

SENARAI GAMBARAJAH

Gambarajah 2.1	Model Motivasi Keusahawanan McClelland	23
Gambarajah 3.1	Model Gelagat Pengguna	59
Gambarajah 3.2	Model Pemilihan Makanan	60
Gambarajah 3.3	Model Gelagat Pembeli	62
Gambarajah 4.1	Kerangka Teori Kajian Mengenai Pemasaran Produk Keluaran Persatuan Nelayan Kawasan	66

SENARAI SINGKATAN

AIM.....	Amanah Ikhtiar Malaysia
BPM.....	Bank Pertanian Malaysia
FAMA.....	Federal Agricultural Marketing Authority
IKS.....	Industri Kecil dan Sederhana
IPK.....	Institut Pembangunan Keusahawanan
KEMENTAH.....	Projek Bekalan Ikan Mentah
KPA.....	Kementerian Perusahaan Awam
KPIAT	Kementerian Pertanian dan Industri Asas Tani
KPN.....	Kawasan Pembangunan Nelayan
KPUK.....	Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi
KPUn.....	Kementerian Pembangunan Usahawan
KUNITA.....	Kumpulan Nelayan Wanita
LKIM.....	Lembaga Kemajuan Ikan Malaysia
MARA.....	Majlis Amanah Rakyat
MARDI.....	Malaysian Agriculture Research and Development Institute
MEDEC.....	Malaysia Entrepreneur Development Centre
MPPB.....	Masyarakat Perdagangan dan Perindustrian Bumiputera
MSB.....	Majuikan Sdn. Bhd.
MTEN.....	Majlis Tindakan Ekonomi Negara
NEKMAT.....	Persatuan Nelayan Kebangsaan
PENIKA.....	Persatuan Nelayan Negeri Perlis
PKEN.....	Perbadanan Kemajuan Ekonomi Negeri
PN.....	Persatuan Nelayan
PNK.....	Persatuan Nelayan Kawasan
PNN.....	Persatuan Nelayan Negeri
PPRT.....	Program Pembangunan Rakyat Termiskin
RRJP1.....	Rangka Rancangan Jangka Panjang Pertama
RRJP2.....	Rangka Rancangan Jangka Panjang Kedua
SIRIM.....	Standards and Industrial Research Institute of Malaysia

SKN.....	Syarikat Kerjasama Nelayan
SKK.....	Skim Kemudahan Kewangan
SPKP.....	Skim Pinjaman Khas Pertanian
TIN.....	Tabung Ikhtiar Nelayan
TPEPN.....	Tabung Pembangunan Ekonomi Persatuan Nelayan
UDA.....	Perbadanan Pembangunan Bandar
UiTM.....	Universiti Teknologi Mara
UPM.....	Universiti Putra Malaysia
UUM.....	Universiti Utara Malaysia
YANEM.....	Yayasan Nelayan Malaysia
ZEE.....	Zon Ekonomi Eksklusif

BAB SATU

PENDAHULUAN

1.1 PENGENALAN

Walaupun bidang keusahawanan mula mendapat perhatian dan tumpuan pada tahun 1970-an, ia merupakan satu bidang yang masih baru dan terdapat konsep-konsep, model-model serta teori-teori berkenaan dengannya yang belum dikaji, dibentuk dan diterokai. Bidang keusahawanan semakin berkembang pada hari ini dan terus mendapat perhatian dari pelbagai golongan masyarakat. Konsep keusahawanan diperkenalkan di seluruh dunia melalui pusat-pusat pengajian tinggi yang menawarkan kursus sama ada sebagai kursus elektif atau membuat pengkhususan dalam bidang ini. Sumbangan pusat-pusat pengajian tinggi telah menjadikan bidang keusahawanan sebagai satu bidang yang dinamik dan terus berkembang.

Di Malaysia, pada tahun 1980-an kesedaran terhadap betapa pentingnya keusahawanan telah menjadi semakin signifikan dengan tertubuhnya Malaysia Entrepreneur Development Centre (MEDEC) di Universiti Teknologi Mara (UiTM) dan Institut Pembangunan Keusahawanan (IPK) di Universiti Utara Malaysia (UUM). Pihak kerajaan juga turut memberi perhatian serius terhadap bidang keusahawanan dengan menubuhkan sebuah kementerian iaitu Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi (KPUK).

The contents of
the thesis is for
internal user
only

RUJUKAN

- Ab. Aziz Yusof (2003). *Prinsip keusahawanan*. Kuala Lumpur: Prentice Hall.
- Ahmad Wazir Haji Alias (1996). *Persepsi pengguna terhadap campuran pemasaran perabut kayu*. Tesis Sarjana Sains Pengurusan, Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah.
- Armstrong, G. dan Kotler, P. (2000). *Marketing: An introduction (5th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Assael, H. (1984). *Consumer behavior and marketing action (2nd ed.)* Ohio: South-Western College Publishing.
- Baharu Kemat (1994). *Orientasi sikap keusahawanan di kalangan pelajar politeknik di Malaysia*. Tesis Sarjana Sains Pengurusan, Universiti Utara Malaysia, Sintok, Kedah.
- Barehan, J. R. (1995). *Consumer behavior in food industry*. Butterworth: Heineman Ltd.
- Bennett, P. D. (1995). *Dictionary of marketing terms*. Chicago: American Marketing Association.
- Berita Harian (6 September 2003). Projek anak angkat lahir usahawan perikanan. *Berita Harian*.
- Bird, B. (1989). *Entrepreneurial behavior*. Glenview, Ill.: Scott, Foresman and Company.
- Birley, S. (1985). The role of network in the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, Vol. 1, No. 1.
- Burton, R. P. (1987). *Prediction of entrepreneurship based on an attitude consistency model*. PhD. Thesis, Brigham Young University.

- Cavana, R. Y., Delahaye, B. L. & Sekaran, U. (2001). *Applied business research: Qualitative and quantitative methods*. Queensland: John Wiley & Sons Australia Ltd.
- Chamhuri Siwar, Basri Abdul Talib, Abdul Malik Ismail & Nik Hashim Mustapha (1992). *Kertas kerja bengkel mengenai Strategi Ke Arah Mengurangkan Kemiskinan Di Kalangan Masyarakat Nelayan Di Sabah*. Kota Kinabalu: Institut Kajian Pembangunan (Sabah), ms. 93-121.
- Cole, A. H. (1969). Definition of entrepreneurship, *Seminar in the Study of Enterprise*. Milwaukee: Center of Venture Management, ms. 10-22.
- Curran, J. & Stanmorth, J. (1989). Education and training for enterprise: Some problems of classification, evaluation, policy and research. *International Small Business Journal*, Vol. 7, No. 2, ms. 11-22.
- Daries, C. M. (1986). *Marketing*. Toronto: Irwin Inc.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship*. London: William Heinemann Ltd.
- Evans, G. H. Jr. (1979). The entrepreneur and economic theory: a historical and analytical approach. *American Economic Review*, Vol. 39. ms. 336.
- Gartner, W. B. (1989). "Who is an entrepreneur? Is the wrong question. *Journal of Entrepreneurship Theory and Practice*, ms. 47-49.
- Gibb, A. A. (1988). *The enterprise culture, threat or opportunity? In the entrepreneurship: a blueprint for an action, management decision*. Vol. 26, No. 4. MCB University Press.

- Gibb, A. A. & Ritchie, J. (1982). Understanding the process of starting small business. *European Journal of Small Business*, No. 1.
- Herron, L., Sapienza, J. L. dan Cook, D. S. (1991). Entrepreneurship theory from an interdisciplinary perspective. *Journal of Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 1, ms. 9-12.
- Hisrich, R.D. dan Peters, M.P. (1998). *Entrepreneurship*. Boston: Irwin McGraw Hill.
- Holt, D.H. (1992). *Entrepreneurship, new venture creation*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Ismail Rejab & Nik Rahimah Nik Yaacob (1986). *Kaedah penyelidikan: Penggunaannya dalam pemasaran*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Ishak Hj. Omar (1994). *Market power, vertical linkages and government policy: The fish industry in Peninsular Malaysia*. Kuala Lumpur: Oxford University Press.
- Ishak Shari (1990). *Ekonomi nelayan: Pengumpulan modal, perubahan teknologi dan perbezaan ekonomi*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Jabatan Perangkaan Malaysia, Negeri Perlis.
- Kent, C. A. (1990). Integrating entrepreneurship in the secondary curriculum: Economics and other courses. In C. A. Kent (ed.), *Entrepreneurship education: Current developments, future directions*. New York: Quorum Books.
- Kirzner, I. M. (1979). *Perception, opportunity and profit: studies in the theories of entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kohl, R. L. & Uhl, J. N. (1998). *Marketing of agricultural products (8th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. (1999). *Principles of marketing*. New Jersey: Prentice Hall.

- Kotler, P., Ang, S. H., Leong, S. M. & Tan, C. T. (1999). *Marketing management: An Asian perspective*. Singapore: Prentice Hall.
- Kourilsky, M. (1990). Approaches to education for the economically disadvantaged: Creating tomorrow's entrepreneurs and those who will work with them. In C. A. Kent (ed.), *Entrepreneurship education: Current developments, future directions*. New York: Quorum Books.
- Laman web Kementerian Pembangunan Usahawan dan Koperasi.
(<http://www.kpun.gov.my>).
- Lanson, S. (1996). The power of public relation. *World Executive Digest*, January, ms. 52.
- Laporan Tahunan LKIM Perlis, 1995.
- Leek, S., Maddock, S. & Foxall, G. (1998). Concept testing an unfamiliar fish. *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 1, No. 2, ms. 77-87.
- Leek, S., Maddock, S. & Foxall, G. (2000). Situational determinants of fish consumption. *British Food Journal*, Vol. 102, No. 1, ms. 18-39.
- MASSA (1-7 Mei 2004). Muhyiddin Yassin Dan Nasib Petani. *MASSA*.
- McCarthy, E. J. (1982). *Essentials of marketing*. Homewood: Prentice Hall.
- McClelland (1961). *The achieving society*. New Jersey: Van Nostrand Reinhold Co.
- McMullan, W. E. & Long, W. A. (1987). Entrepreneurship education in the nineties. *Journal of Business Venturing*, 2.
- Mohd. Salleh Hj. Din (1992). Entrepreneurship and enterprise: The influence of work experience on enterprising tendency – an empirical evidence. *Malaysian Management Journal*, Vol. 1, No. 1.

- Mohd. Salleh Hj. Din (1999). Pembangunan pendidikan dan gunatenaga bagi memenuhi keperluan agenda bumiputera. *Kongres Ekonomi Bumiputera Keempat*, Kuala Lumpur.
- National Commision on Entrepreneurship (2001). *Building entrepreneurial networks*. Washington DC: NCOE.
- Papandreau, A. (1943). The location and scope of the entrepreneurship function. *Unpublished Doctoral Dissertation*. Cambridge: Harvard University.
- Randall, G. (1993). *Principle of marketing*. London: Routledge Publishers.
- Robinson et al. (1992). An attitude approach to the prediction of entrepreneurship. *Journal of entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 54, ms. 13-19.
- Russ, F. A. & Kirkpatrick, C. A. (1982). *Marketing*. Boston, Toronto: Little Brom & Co.
- Sandberg, W. R. (1984). The determinants of new venture performance, strategy, industry structure and entrepreneur. *PhD. Thesis*. University of Georgia.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development in studies in economic development*. Cambridge: Harvard University Press.
- Shackles, C. L. S. (1966). *The nature of economic thought*. Cambridge: Harvard University Press.
- Shapero, A. & Shokol, L. (1982). *The social dimensions of entrepreneurship*. In C. A. Kent (eds.), *Encyclopedia of entrepreneuship*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Shultz (1978). The value of the ability to deal with disequilibrium. *Journal of Economic Literature*, Vol. 13, ms. 827-846.

- Sivalingam, G. (1993). *Malaysia's agricultural transformation*. Selangor: Pelanduk Publication.
- Skinner, S. J. (1990). *Marketing*. Boston, New Jersey: Houghton Mifflin Co.
- Stanton, W. J. (1984). *Fundamental of Marketing (7th ed.)*. Boston, Toronto: Little Brom & Co.
- Strauss, J. H. (1944). The entrepreneur: the firm. *Journal of Political Economic*, Vol. 52, ms. 112-127.
- Timmons, J. A. (1999). *New venture creation: entrepreneurship for the 21st century (5th ed.)*. Singapore: McGraw Hill.
- Trondsen, T. (1997). Marketing potential and barriers for fresh packed fish. A survey of buyer perception in UK and French seafood distribution. *Journal of Food Products Marketing*, Vol. 4, No. 2, ms. 79-99.
- Utusan Malaysia (14 Januari 2000). Usaha khusus membela nelayan. *Utusan Malaysia*.
- Utusan Malaysia (1 November 1996). Pembela nasib nelayan. *Utusan Malaysia*
- Vesper, K. H. (1980). *New Venture Strategies*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Wan Hashim Hj. Wan Teh (1980). *Komuniti nelayan di Pulau Pangkor: Beberapa aspek ekonomi dan sosial*. Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Wan Mohd. Ghazali Abdullah (1988). *Pemasaran di Malaysia*. Shah Alam: Institut Teknologi Mara.
- Weber, M. (1958). *The protestant ethic and the spirit of capitalism*. New Jersey: Scriber's.

Zikhan, G. M. & Hirschein, R. (1992). Truth in marketing theory and research: An alternative perspective. *Journal of Marketing*, Vol. 56, No. 2, ms. 80.

Zikmund, W. G. & Amico, M. D. (1989). *Marketings (3rd ed.)*. John Wiley & Sons.