



Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif

**KAJIAN IDENTITI KORPORAT RESTORAN KUIH MELAYU  
TRADISIONAL ONDE-ONDE**

Nazliza Binti Zakaria

TK  
911.3  
N335  
2007

Sarjana Muda Seni Gunaan dengan Kepujian  
(Teknologi Senireka)  
2007

6113104220

Pusat Khidmat Maklumat Akademik  
UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK  
04300 Kota Samarahan

P KHALID MAT MAKLUMAT AKADEMIK  
UNIMAS



1000191649

**KAJIAN IDENTITI KORPORAT RESTORAN KUIH MELAYU TRADISIONAL  
ONDE-ONDE**

NAZLIZA BINTI ZAKARIA

Projek ini merupakan salah satu keperluan untuk  
Ijazah Sarjana Seni Gunaan dengan Kepujian  
(Teknologi Seni Reka)

Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif  
UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK  
2007

UNIVERSITI MALAYSIA SARAWAK

BORANG PENGESAHAN STATUS TESIS/LAPORAN

KAJIAN IDENTITI KORPORAT RESTORAN KUIH MELAYU TRADISIONAL  
ONDE-ONDE

SESI PENGAJIAN: 2004/2007

Saya NAZLIZA BINTI ZAKARIA

Mengaku membenarkan tesis/laporan \* ini disimpan di Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dengan syarat-syarat kegunaan seperti berikut:

1. Tesis/Laporan adalah hakmilik Universiti Malaysia Sarawak
2. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat salinan untuk tujuan pengajian sahaja
3. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat pendigitan untuk membangunkan Pangkalan Data Kandungan Tempatan
4. Pusat Khidmat Maklumat Akademik, Universiti Malaysia Sarawak dibenarkan membuat salinan tesis/laporan ini sebagai bahan pertukaran antara institusi pengajian tinggi
5. \* sila tandakan

SULIT

(Mengandungi maklumat yang berdarjah keselamatan atau kepentingan seperti termaktub di dalam AKTA RAHSIA RASMI 1972)

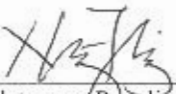
TERHAD

(Mengandungi maklumat Terhad yang telah ditentukan

Organisasi/badan dimana penyelidikan dijalankan)

TIDAK TERHAD

Disahkan

  
Tandatangan Penulis  
Tarikh: 23 Mei 2007

  
Tandatangan Penyelja  
Tarikh: 22 Mei 2007

Alamat Tetap:  
No:313(F) Bukit Puchong,  
28300 Triang,  
Pahang Darul Makmur,

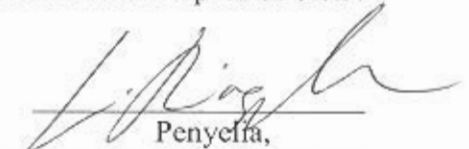
Catatan: \*Tesis/Laporan dimaksudkan sebagai tesis bagi Ijazah Doktor Falsafah, Sarjana dan Sarjana Muda

\*Jika Tesis/Laporan ini SULIT atau TERHAD, sila lampirkan surat daripada pihak berkuasa/organisasi berkenaan dengan menyatakan sekali sebab dan tempoh tesis/laporan ini perlu dikelaskan sebagai SULIT atau TERHAD

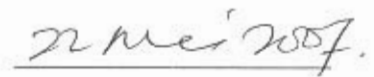
## PENGAKUAN

Projek bertajuk '**Kajian Identiti Korporat Restoran Kuih Melayu Tradisional Onde-Onde**' telah disediakan oleh **Nazliza Binti Zakaria** dan telah diserahkan kepada Fakulti Seni Gunaan dan Kreatif sebagai memenuhi syarat untuk Ijazah Sarjana Muda Seni Gunaan dengan Kepujian (**Teknologi Seni Reka**).

Diterima untuk diperiksa oleh :

  
Penyelia,  
(En. Louis Ringah Kanyan)

Tarikh:



## PENGHARGAAN

Bismillahirrahmanirahim.

Alhamdulillah, bersyukur kepada Allah S.W.T, kerana dengan limpah keizinan-Nya memberi keupayaan kepada saya untuk menyiapkan penulisan ilmiah ini seperti yang dirancang, Sekalung penghargaan dan ucapan jutaan terima kasih kepada Fakulti Seni Gunaan Dan Kreatif kerana menerbitkan penulisan ini.

Jutaan terima kasih dan penghargaan kepada pensyarah-pensyarah Jabatan Teknologi Seni Reka (Grafik) iaitu Prof Ahmad Khiri, Cik Salmiah Abdul Hamid, En.Sylvester Wieding, En.Mastika Lamat, En.Azaini, Pn.Siti Shukaila dan terutama kepada En.Louis Ringah Kanyan selaku *supervisor* yang telah banyak membimbing,memberi tunjuk ajar dan membuka minda serta memberikan suntikan bernas terhadap permulaan penulisan ini melalui kritikan, pandangan dan komitmen yang tidak terhingga untuk melengkapkan penulisan ini.

Tidak lupa kepada abah, Zakaria Bin Ahmad dan mak, Siti Aminah Binti Othman, tersayang semoga sentiasa dilindungi Allah S.W.T dan ucapan terima kasih diatas didikan, kasih sayang, nasihat serta sokongan moral dan kewangan yang diberikan sepanjang kajian terhadap penulisan ilmiah ini yang dilakukan. Segala jasa dan pengorbanan mak dan abah tidak akan dilupakan seumur hidup ini.

Tidak lupa juga buat rakan-rakan seperjuangan yang banyak memberi pandangan dan nasihat serta dorongan dalam menyiapkan kajian ini. Semoga kalian semua berjaya

dalam hidup. Kenangan bersama pelajar-pelajar Grafik dalam kelas PTA setiap rabu tidak akan dilupakan seumur hidup ini. Terima kasih pada semua.

Akhir kata, segala yang baik itu datangnya dari Allah jua dan segala kelemahan dan kekurangan itu datangnya dari saya sendiri. Kemaafan dipinta sekiranya masih terdapat kekurangan dan kelemahan dalam penulisan ini.

Sekian, terima kasih.

## ISI KANDUNGAN

---

### BORANG PENGESAHAN STATUS TESIS/LAPORAN

### PENGAKUAN

### PENGHARGAAN

### ISI KANDUNGAN

### ABSTRAK

### ABSTRACT

## 1. BAB 1 PENDAHULUAN

1.1	Pengenalan	1-5
1.2	Penyataan Masalah	6-7
1.3	Objektif Kajian	8
1.4	Skop Kajian	9
1.5	Batasan Kajian	9
1.6	Hipotesis	10

## 2.

## 3. BAB 2 METODOLOGI KAJIAN

2.1	Pendahuluan	11-12
2.2	Metodologi	12

2.2.1	Persempelan	12
2.2.2	Pemerhatian	12
2.2.3	Pengumpulan Data	13
	2.2.3.1 Data Primer	13-14
	2.2.3.1 Data Sekunder	14-17
2.2.4	Penganalisan Data	17

#### **4. BAB 3 HASIL DAPATAN KAJIAN (ANALISA DATA)**

3.1	Analisa Data Mengikut Jantina	18
3.2	Analisa Data Mengikut Umur	19
3.3	Analisa Data Mengikut Pendapatan	20
3.4	Analisa Data Mengikut Etnik	21
3.5	Analisa Data Mengikut Negeri	22
3.6	Analisa Data Borang Kaji Selidik – Bahagian B	23-42
3.7	Hasil Dapatan Kajian Dari Pemerhatian	43

#### **5. BAB 4 CADANGAN REKA BENTUK IDENTITI KORPORAT**

4.1	Pengenalan	44
	4.1.1 Permasalahan Kajian	44
	4.1.2 Objektif Cadangan	45
	4.1.3 Strategi	45



4.1.4	Konsep	45
4.1.5	Sasaran Pengguna	46
4.1.6	Nama Restoran	46
4.1.7	Logo Restoran	46
4.1.8	Reka bentuk Pembungkusan	46-47

## **6. BAB 5 KESIMPULAN**

5.1	Kesimpulan	48-49
-----	------------	-------

<b>BIBLIOGRAFI</b>	<b>50</b>
--------------------	-----------

<b>LAMPIRAN</b>	
-----------------	--

## ABSTRAK

Kuih Melayu Tradisional merupakan makanan yang terkenal di kalangan masyarakat melayu. Makanan ini dilihat sebagai entiti perniagaan yang mana dapat dipasarkan dengan jayanya di pasaran tempatan dan juga global. Walaubagaimanapun, persepsi masyarakat moden di Malaysia, makanan ini tidak memiliki pembungkusan yang sesuai untuk tujuan pasaran. Kajian ini adalah bertujuan mengubah persepsi masyarakat dan pada masa yang sama ingin mereka pembungkusan yang baru untuk Kuih Melayu Tradisional.

## **ABSTRACT**

Malays Traditional Kuch has been a very popular dishes among the malays. These dishes are seen as the entitics in business that can be successfully marketed locally as well as globally. However, the perceptions of the modern Malaysian community believe these dishes do not have a suitable packaging for marketing purpose. This research is to change that and at the same time to design a new packaging concept for the Malays Traditional Kueh.

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 PENGENALAN**

Korporat Identiti ialah satu keseluruhan yang memperkenalkan atau memperlihatkan satu imej syarikat atau organisasi yang baru supaya dikenali oleh masyarakat. Korporat identiti juga merupakan satu alat pengurusan yang digunakan untuk membuat keputusan strategi untuk membina sesuatu syarikat/organisasi untuk menghasilkan kepelbagaian cara sesuatu syarikat/ organisasi berhubung dengan dunia luar, dari segi kualiti produk/organisasi, perilaku pekerja, perhubungan awam dan cara iklan di buat. Korporat identiti dibina berdasarkan pandangan orang ke atas syarikat/organisasi tersebut berkaitan dengan logo dan sebagainya. Korporat identiti sesebuah syarikat mesti mempunyai keunikan, kekuatan dan kelemahan tersendiri.

Korporat identiti terbahagi kepada tiga iaitu seni reka korporat (logo syarikat, warna, typo, pembungkusan, produk/perkhidmatan, rekaan syarikat atau organisasi). Kelakuan Korporat (objektif, misi, visi, polisi syarikat dan matlamat) dan yang ke tiga Komunikasi korporat (promosi dan pengiklanan, perhubungan awam). Komunikasi korporat boleh dikategorikan sebagai satu proses menukar korporat identiti kepada gambaran korporat sesebuah syarikat atau organisasi.

### 1.1.1 LATAR BELAKANG

Setelah memikirkan projek yang akan dibuat untuk penyelidikan dan projek tahun akhir, saya memilih untuk membuat korporat identiti untuk restoran Kuih Melayu Tradisional. Perkara ini berlaku apabila saya membeli Kuih Melayu Tradisional di “Kafe Kenanga”. Bagi saya Kuih Melayu Tradisional ini mempunyai potensi untuk berjaya kerana rasa dan rupa bentuknya yang menarik berbanding dengan makanan tradisional negara lain. Setelah memikirkan idea tersebut, saya bersama rakan keluar ke Kuching dan memilih Restoran Sushi yang terletak di dalam Bangunan Tun Jugah sebagai menu pada hari tersebut. Ramai pengunjung dari pelbagai bangsa menjadikan sushi sebagai santapan mereka. Ini menguatkan lagi semangat saya untuk meneruskan kajian saya berkaitan Kuih Melayu Tradisional.

**Kuih Melayu Tradisional** ialah penganan (kepelbagaian) atau juadah basah yang lembab atau mengandungi air (bingka, talam, Seri muka dan koci) yang menjadi kebiasaan dalam adat atau kepercayaan yang kekal turun serta menjadi amalan yang sehati oleh masyarakat melayu.(Kamus Dewan Edisi Baru 1989) Kebanyakan Kuih Melayu Tradisional tidak boleh disimpan lama kerana sifatnya yang mudah basi. Untuk menghasilkan Kuih Melayu Tradisional, kebanyakan kuih jenis ini menggunakan daun pandan sebagai pewarna dan pewangi dalam pembuatannya.

## “La Cucur”

La cucur merupakan sebuah restoran yang menjual kuih muih melayu tradisional. Melihat namanya ramai telah mengetahui bahawa restoran ini merupakan sebuah restoran melayu. Restoran La Cucur ditubuhkan pada tahun 2000 kerana pada masa itu, penggunaan bahasa perancis “La” sangat dikenali oleh penduduk Malaysia manakala Cucur adalah sejenis kuih melayu yang popular. Pemilik Restoran La Cucur mendapat idea menubuhkan restoran ini berdasarkan taraf hidup masyarakat melayu yang pada mulanya hanya menjual kuih muih di tepi-tepi jalan. Beliau berpendapat kuih muih melayu boleh dikomersialkan di peringkat antarabangsa. Saya mendapat maklumat mengenai “Restoran La Cucur” daripada seorang rakan iaitu Nor Syafinaz Bte Abdul Rashid salah seorang Pereka Grafik di Radio Televisyen Malaysia yang selalu mengunjungi restoran ini. Ramai orang tidak mengetahui tentang kewujudan “restoran La Cucur” kerana restoran ini kurang melakukan promosi mengenai restorannya. “Restoran La Cucur” terdapat banyak cawangan di sekitar Kuala Lumpur antaranya di KLCC, KL Sentral dan Bukit Bintang. Restoran ini mensasarkan pelanggan yang akan mengunjungi dan membeli produk makanan keluaran restoran La Cucur adalah mereka yang mempunyai kewangan yang kukuh kerana harga kuih muih yang dijual di restoran La Cucur adalah mahal.

Cara promosi untuk “Restoran La cucur” ini adalah membuat restoran mereka lain dari restoran lain. Contohnya walaupun restoran La Cucur berada di dalam bangunan tetapi mereka tetap merekabentuk restoran mereka seperti sebuah rumah

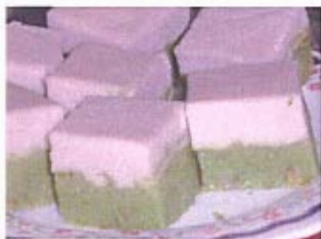
tradisional minangkabau dan menggunakan corak-corak tradisional di dalam restorannya untuk memperlihatkan kekayaan tradisi dalam budaya masyarakat melayu. Ini menyebabkan pelanggan tertarik untuk mengunjungi restoran La Cucur. Selain daripada itu kualiti kuih muih di restoran ini sentiasa diteliti dengan cara meletakkan kuih muih tersebut di tempat yang di sediakan. Pekerja- pekerja di restoran La Cucur boleh dikenali dengan pemakaian seragam hitam beserta topi hitam yang tertera logo restoran La Cucur. Untuk pelanggan yang ingin membawa pulang kuih muih yang dibeli restoran ini menggunakan pembungkusan yang di perbuat dari plastik putih biasa dan meletakkan label restoran di atasnya. Selain daripada itu restoran La Cucur juga menggunakan “Bunting” untuk mempromosikan makanan yang terdapat di restoran mereka beserta dengan harga. Di sebabkan terdapat banyak permintaan daripada pelanggan, restoran La Cucur juga menawarkan sarapan pagi seperti 1 set nasi lemak beserta sepotong kuih dan segelas minuman panas.

Pelanggan yang makan di restoran ini akan di layan sebaiknya oleh pekerja-pekerja restoran. Servis yang ditawarkan oleh restoran ini amat memuaskan dari segi kebersihan, layanan dan kemudahan yang disediakan.

Selain daripada itu, La Cucur juga menggunakan laman web sebagai salah satu cara untuk mempromosikan restoran mereka. Tetapi cara ini kurang mendapat perhatian daripada pelanggan kerana pelanggan yang selalu melayari laman web sahaja yang mengetahui tentang kewujudan “restoran La Cucur”. Pelanggan yang melayari laman web pula terdiri daripada mereka yang kebanyakannya mempunyai

taraf pendidikan yang tinggi. Kebanyakan pelanggan mengetahui kewujudan restoran ini adalah dari rakan- rakan seperti sebaran maklumat dari mereka yang pernah mengunjungi restoran ini. Pengkaji adalah salah seorang yang mengetahui kewujudan restoran La Cucur dari seorang rakan yang selalu membeli kuih muih di restoran ini. Mereka yang selalu mengunjungi KLCC, Bukit Bintang dan KL Sentral juga mengenali restoran La cucur kerana tertarik dengan rekabentuk restoran ini yang mengekalkan corak serta konsep seni reka melayu tradisional tanpa mengabungkan unsur moden.

#### Antara kuih- muih Melayu Tradisional



**KUIH TALAM KACANG**



**KUIH CARA BERLAUK**



**PELBAGAI CAMPURAN KUIH**



**KUIH APAM**



## 1.2 PENYATAAN MASALAH

Untuk mewujudkan satu restoran yang mendapat tempat di hati pengguna terdapat pelbagai masalah yang perlu diselesaikan untuk memajukan restoran kuih tradisional "La Cucur". Salah satu masalah yang dapat dilihat adalah kurang promosi yang dilakukan untuk memperkenalkan restoran La Cucur pada masyarakat. Kebanyakan masyarakat mengetahui tentang kewujudan La Cucur dari kawan-kawan yang pernah berkunjung ke restoran ini.

Laman Web yang digunakan oleh restoran ini juga tidak menarik kerana hanya memberitahu lokasi terletaknya restoran "La Cucur" dan tidak ada menyatakan servis yang disediakan untuk kemudahan pelanggan menempah makanan di restoran ini. Selain daripada itu restoran ini juga mengadakan promosi seperti meletakkan "bunting" di hadapan restoran mereka beserta menu dan harga menu tersebut untuk memudahkan pelanggan mengetahui penyediaan menu di restoran mereka. Cara ini kurang berkesan kerana pelanggan harus pergi ke restoran tersebut untuk mengetahui menu terbaru keluaran restoran La Cucur. Berbanding dengan Restoran KFC Dan McDonald, mereka menyediakan laman web yang lengkap termasuk servis yang disediakan dan memberitahu pelanggan berkaitan menu mereka menggunakan iklan di Televisyen, majalah dan meletakkan "bunting" di tempat yang menjadi tumpuan umum masyarakat. Dengan cara ini setiap produk terbaru keluaran mereka akan diketahui dengan cepat oleh pelanggan dan cara iklan ini berkesan untuk memberitahu pelanggan.

Imej identiti korporat yang kurang menonjol dan kurang dikenali. Penggunaan logo restoran La Cucur juga kurang mendapat perhatian dari pengunjung disebabkan penggunaan warna seperti coklat dan hijau kurang menarik walaupun logo yang digunakan menunjukkan masyarakat melayu tradisional. Penggunaan taipografi yang bercorak kesenian hanya boleh di baca pada jarak yang dekat kerana gabungan warna coklat dan hijau kelihatan kurang menonjol jika dibandingkan dengan warna logo restoran makanan segera yang lain.

Selain daripada itu pembungkusan yang sesuai amat diperlukan untuk pelanggan membawa pulang kuih muih yang dibeli, supaya produk yang dibawa berada dalam keadaan selamat, mempunyai maklumat berkaitan produk dan pelanggan senang untuk meletakkan produk tersebut di tempat yang di kehendaki. Di restoran La Cucur pelanggan hanya menggunakan bekas plastik jernih tanpa mempunyai maklumat berkaitan produk yang dibeli.

Membina satu identiti korporat yang baru untuk Restoran La Cucur supaya lebih dikenali dari segi logo, pembungkusan, warna yang digunakan, typografi, produk dan perkhidmatan yang diberi.

### 1.3 OBJEKTIF KAJIAN

Objektif kajian ini adalah untuk mempromosikan restoran Kuih Melayu Tradisional yang mempunyai servis / perkhidmatan yang bermutu tinggi standing dengan restoran makanan segera yang terdapat di negara ini contohnya KFC, Mc Donald's dan Pizza Hut.

Mereka pembungkusan yang sesuai untuk Kuih Melayu Tradisional setanding dengan kuih muih yang berada di pasaran.

Kuih Melayu Tradisional mempunyai rasa yang sedap tetapi di pandang rendah oleh sesetengah pihak kerana kebanyakan produk ini di jual di kampung. Setelah promosi dan pembungkusan dilakukan ke atas Kuih Melayu Tradisional, ini akan meningkatkan pandangan masyarakat mengenai Kuih Melayu Tradisional terutama kepada mereka yang mempunyai taraf hidup yang tinggi dan kebanyakan mereka yang tinggal di bandar besar dengan cara membina satu identiti korporat yang baru supaya dapat bersaing dalam pasaran.

#### 1.4 SKOP KAJIAN

1. **Lokasi Kajian dilakukan** : Di sekitar Kuala Lumpur dan gerai-gerai kuih muih melayu tradisional
2. Identiti Korporat restoran yang terkenal.
3. Promosi yang dilakukan oleh restoran La Cucur dan Restoran-restoran makanan segera yang lain.
4. Perkhidmatan yang dijalankan di restoran La Cucur dan restoran makanan segera yang lain.

#### 1.5 BATASAN KAJIAN

Restoran ini kurang memberi kerjasama dari segi pengambilan gambar kerana takut mengganggu pelanggan mereka dan meniru konsep restoran mereka. Mereka hanya membenarkan mengambil gambar pada jarak yang jauh untuk dekorasi kedai mereka, kecuali menu, logo restoran dan hidangan yang disediakan.

## 1.6 HIPOTESIS

Identiti korporat untuk restoran Kuih Melayu Tradisional perlu diubah dan diperbaiki untuk mengubah pandangan masyarakat dan menarik minat pengguna membeli produk yang di keluarkan. Selain daripada itu identiti korporat yang kukuh untuk sebuah restoran perlu dibina untuk meningkatkan produk Kuih Melayu Tradisional yang berkualiti dari segi pembungkusan, promosi dan servis yang dijalankan supaya memenuhi kehendak pelanggan untuk membeli produk keluaran mereka.

## BAB 2

### METODOLOGI KAJIAN

#### 2.1 Pendahuluan

Kajian yang dijalankan adalah bersifat penyelidikan kualitatif. Kaedah Kualitatif dipilih kerana ia lebih menjurus kepada bidang kemanusiaan dan kesenian. Kaedah ini juga merupakan satu-satunya kaedah yang merangkumi kesemua aspek dari sekecil-kecil maklumat sehinggalah ke sebesar-besar maklumat.

Kaedah kualitatif dijalankan adalah untuk mengkaji Identiti Korporat Restoran La Cucur dan restoran Kuih Melayu Tradisional yang lain dengan tujuan mendapatkan maklumat dan mengetahui citarasa pengguna terhadap identiti korporat sesebuah restoran.

Kaedah kualitatif biasanya bermula dari bawah ke atas, dengan cara mengetahui terlebih dahulu masalah yang dihadapi oleh kumpulan sasaran dan diakhiri dengan penyelesaian masalah.

Segala keputusan kajian yang diperolehi di akhir kajian ini, akan menggambarkan keberkesanan kajian yang dijalankan.

Menurut Thomas Dictum, sekiranya kajian yang dijalankan itu memperoleh dapatan maklumat realiti, kita sebagai pengkaji harus mengetengahkan maklumat

tersebut kerana maklumat yang diperolehi adalah maklumat yang sebenar untuk meneruskan kajian. Maklumat yang diperolehi tidak boleh disembunyikan berkaitan dengan apa-apa sahaja mengenai kajian. Kaedah ini juga lebih menjurus kearah pemerhatian dan disusuli dengan laporan bertulis.

## **2.2 Metodologi**

Kaedah kualitatif ini telah dan akan digunakan untuk memperolehi dan menganalisa semua data-data yang diperolehi. Kaedah ini meliputi penerangan berkaitan identiti korporat iaitu persempelan, pemerhatian, pengumpulan data dan menganalisaan data.

### **2.2.1 Persempelan**

Kajian yang dijalankan menggunakan kaedah persempelan sesuatu kawasan (area sampling). Sampel di ambil dalam dua cara, iaitu menumpukan pada kumpulan sasaran dan secara rawak terhadap mana-mana pengunjung dan orang perscorangan yang meminati kuih melayu tradisional.

### **2.2.2 Pemerhatian**

Melalui kaedah pemerhatian pula, tumpuan kajian lebih tertumpu kepada iklan-iklan yang dipaparkan di media elektronik dan media cetak serta produk-produk *benchmark* yang bersesuaian dengan kajian yang sedang dijalankan. Selain

daripada itu pemerhatian dan tinjauan secara kasar juga dilakukan di tempat kajian untuk melihat reaksi dan gelagat pengunjung di tempat kajian.

### **2.2.3 Pengumpulan Data**

Data yang akan digunakan diperolehi dari dua kaedah iaitu melalui kaedah data primer dan kaedah data sekunder.

#### **2.2.3.1 Data Primer**

Data primer merupakan dapatan data yang diperolehi dari data utama yang selalunya tidak dibuat oleh mana-mana pihak dan selalunya diperolehi dari beberapa kajian seperti kaedah borang soal selidik, kumpulan sasaran dan juga kaedah temuramah.

##### **2.2.3.1.1 Borang Soal Selidik**

Cara ini mampu untuk menghasilkan dan memberi maklumat-maklumat yang konsisten untuk digunapakai untuk meneruskan kajian jika soalan yang dihasilkan menepati skop kajian yang dijalankan.

Borang soal selidik ini lebih tertumpu kepada kumpulan sasaran, orang perseorangan dan mereka yang meminati kuih melayu tradisioanl.