

SULIT



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI**

**BAHAGIAN PEPERIKSAAN DAN PENILAIAN
JABATAN PENDIDIKAN POLITEKNIK DAN KOLEJ KOMUNITI
KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI**

JABATAN PELANCONGAN DAN HOSPITALITI

PEPERIKSAAN AKHIR

SESI II : 2024/2025

DTM20473: TOURISM AND HOSPITALITY MARKETING

TARIKH : 19 MEI 2025

MASA : 8.30 AM – 10.30 AM (2 JAM)

Kertas ini mengandungi **DUA PULUH EMPAT (24)** halaman bercetak.

Bahagian A: Objektif (20 soalan)

Bahagian B: Struktur (4 soalan)

Dokumen sokongan yang disertakan: Tiada

JANGAN BUKA KERTAS SOALAN INI SEHINGGA DIARAHKAN

(CLO yang tertera hanya sebagai rujukan)

SULIT

SECTION B: 80 MARKS**BAHAGIAN B: 80 MARKAH****INSTRUCTION:**

This section consists of **FOUR (4)** structured questions. Answer **ALL** questions.

ARAHAN:

Bahagian ini mengandungi EMPAT (4) soalan berstruktur. Jawab semua soalan.

QUESTION 1**SOALAN 1**

CLO1

- (a) Define the following terminology related to the tourism and hospitality industries. Give suitable example to support your answer.

Takrifkan istilah di bawah dengan merujuk kepada industri pelancongan dan hospitaliti. Berikan contoh yang sesuai bagi menyokong jawapan anda.

- i. Wants

Kemahuan

- ii. Demand

Permintaan

[4 marks]

[4 markah]

CLO1

- (b) Explain **THREE (3)** unique marketing approaches required in the tourism and hospitality industry. Give suitable example to support your answer.

Terangkan TIGA (3) pendekatan pemasaran unik yang diperlukan dalam industri pelancongan dan hospitaliti. Berikan contoh sesuai bagi menyokong jawapan anda.

[6 marks]

[6 markah]

- CLO1 (c) Discuss **FIVE (5)** key reasons why marketing is important in contributing to the success and growth of businesses operating in the tourism and hospitality industry.

Terangkan LIMA (5) sebab utama mengapa pemasaran adalah penting dan bagaimana ia menyumbang kepada kejayaan dan pertumbuhan perniagaan yang beroperasi dalam industri pelancongan dan hospitaliti.

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 2**SOALAN 2**

- CLO1 (a) List **FOUR (4)** tourism and hospitality product characteristics.
Senaraikan EMPAT (4) ciri-ciri produk pelancongan dan hospitaliti.
[4 marks]
[4 markah]
- CLO1 (b) A pricing strategy is a method used by organizations to set the price of their products or services with the goal of maximizing profits while staying competitive. It entails determining the most efficient pricing at a given period. Companies of all sizes typically base their prices on production costs, labor, and marketing expenses, with margins added to maintain profitability. Elaborate **THREE (3)** external factors that influence the pricing decision of a product or service offered by a company. Give suitable example to support your answer.
Strategi penetapan harga ialah kaedah yang digunakan oleh organisasi untuk menetapkan harga produk atau perkhidmatan mereka dengan matlamat untuk memaksimumkan keuntungan sambil kekal berdaya saing. Ia memerlukan penentuan harga yang paling cekap pada tempoh tertentu. Syarikat dari semua saiz biasanya mengasaskan harga mereka pada kos pengeluaran, buruh dan perbelanjaan pemasaran, dengan margin ditambah untuk mengekalkan keuntungan.
Huraikan secara ringkas tentang TIGA (3) faktor luaran yang mempengaruhi keputusan penetapan harga sesuatu produk atau perkhidmatan yang ditawarkan oleh sesebuah syarikat. Berikan contoh yang sesuai bagi menyokong jawapan anda.
[6 marks]
[6 markah]

CLO1

- (c) A promotional mix is a set of different marketing approaches developed by marketers to optimize the promotional efforts of a product or service and reach a wider audience. A marketer's job is to find the right marketing mix to market a particular product brand.

Explain how **FIVE (5)** types of promotional mix can help organizations to make strategic decisions when launching new products or revising existing products. Give suitable example to support your answer.

Campuran promosi ialah satu set pendekatan pemasaran berbeza yang dibangunkan oleh pemasar untuk mengoptimumkan usaha promosi dan menjangkau khalayak yang lebih luas. Tugas pemasar adalah mencari campuran pemasaran yang sesuai untuk memasarkan jenama produk tertentu.

*Terangkan bagaimana **LIMA (5)** jenis campuran promosi yang boleh membantu organisasi membuat keputusan strategik apabila melancarkan produk baharu atau menyemak semula produk sedia ada. Berikan contoh yang sesuai bagi menyokong jawapan anda.*

[10 marks]

[10 markah]

QUESTION 3**SOALAN 3**

CLO2

- (a) A Marketing Information System (MIS) is like a toolkit for businesses. It helps gather, study, store, and share important information for smart marketing decisions. MIS keeps companies informed about the market, customer needs, and what competitors are doing. It serves as a comprehensive data hub, enabling the collection, organization, and utilization of information crucial for sound decision-making.

Write **FOUR (4)** MIS components that can be used to find the best information in empowering businesses to understand market dynamics, customer behavior, and competitor strategies.

Sistem Maklumat Pemasaran (MIS) adalah seperti kit alat untuk perniagaan. Ia membantu mengumpul, mengkaji, menyimpan dan berkongsi maklumat penting untuk keputusan pemasaran pintar. MIS memastikan syarikat dimaklumkan tentang pasaran, keperluan pelanggan dan perkara yang sedang dilakukan oleh pesaing. Ia berfungsi sebagai hab data yang komprehensif, membolehkan pengumpulan, organisasi, dan penggunaan maklumat yang penting untuk membuat keputusan yang baik.

*Tuliskan **EMPAT (4)** komponen MIS yang boleh digunakan untuk mencari maklumat terbaik dalam memperkasakan perniagaan memahami dinamik pasaran, tingkah laku pelanggan dan strategi pesaing.*

[4 marks]

[4 markah]

- CLO2 (b) Santai Travel Agency is a travel agency that wants to launch customized holiday packages for international tourists. However, they are not sure whether to focus on luxury travelers, budget travelers, or adventure seekers. To maximize customer satisfaction and profitability, they consider conducting marketing research to identify which types of packages will have the highest demand. Using the situation given, determine **FOUR (4)** the importance of marketing research for travel agencies that want to create successful vacation packages. Give suitable example to support your answer.

Santai Travel Agency adalah sebuah agensi pelancongan ingin melancarkan pakej percutian tersuai untuk pelancong antarabangsa. Walau bagaimanapun, mereka tidak pasti sama ada untuk memberi tumpuan kepada pengembara mewah, pengembara bajet atau pencari pengembaraan. Untuk memaksimumkan kepuasan dan keuntungan pelanggan, mereka mempertimbangkan untuk menjalankan penyelidikan pemasaran untuk mengenal pasti jenis pakej yang akan mempunyai permintaan tertinggi.

*Menggunakan situasi yang diberikan, tentukan **EMPAT (4)** kepentingan penyelidikan pemasaran untuk agensi pelancongan yang ingin mencipta pakej percutian yang berjaya. Berikan contoh yang sesuai bagi menyokong jawapan anda.*

[8 marks]

[8 markah]

- (c) Hotel Crystal Lodge is a medium-sized hotel that has experienced a decline in bookings despite offering competitive prices and modern facilities. Management is unsure whether this issue is due to poor brand awareness, ineffective promotions, changing customer preferences, or competition from online rental platforms such as Airbnb. They decided to conduct marketing research to identify the root cause and develop a strategy to increase bookings. Based on the case given, select **FOUR (4)** key requirements with an explanation for conducting effective marketing research that can help businesses better solve their problems. Give suitable example to support your answer.

Hotel Crystal Lodge adalah sebuah hotel bersaiz sederhana telah mengalami penurunan dalam tempahan walaupun menawarkan harga yang kompetitif dan kemudahan moden. Pihak pengurusan tidak pasti sama ada isu ini disebabkan kesedaran jenama yang lemah, promosi yang tidak berkesan, perubahan pilihan pelanggan atau persaingan daripada platform sewaan dalam talian seperti Airbnb. Mereka memutuskan untuk menjalankan penyelidikan pemasaran untuk mengenal pasti punca dan membangunkan strategi untuk meningkatkan tempahan.

*Berdasarkan kes tersebut, pilih **FOUR (4)** keperluan utama dengan penjelasan untuk menjalankan penyelidikan pemasaran yang berkesan yang boleh membantu perniagaan menyelesaikan masalah mereka dengan lebih baik. Berikan contoh yang sesuai bagi menyokong jawapan anda.*

[8 marks]

[8 markah]

QUESTION 4**SOALAN 4**

CLO2

- (a) Market segmentation is practiced by most businesses in one form or another, as a way of streamlining their marketing strategy by dividing broad-based target markets into specific groups of consumers, and devising marketing methods that will appeal to each group.

Write **TWO (2)** requirements criteria for effective segmentation with an explanation that should be useful to practice in planning a company's market segmentation strategy. Give suitable example to support your answer.

Segmentasi pasaran diamalkan oleh kebanyakan perniagaan dalam satu bentuk atau yang lain, sebagai cara memperkemas strategi pemasaran mereka dengan membahagikan pasaran sasaran yang luas kepada kumpulan pengguna tertentu, dan merangka kaedah pemasaran yang akan menarik minat setiap kumpulan.

*Tulis **DUA (2)** kriteria segmentasi pasaran yang berkesan dengan penjelasan, yang digunakan dalam merancang strategi segmentasi pasaran syarikat. Berikan contoh yang sesuai bagi menyokong jawapan anda.*

[4 marks]

[4 markah]

CLO2

- (b) A consumer electronics company is planning to launch a variety of new products, including smartphones, laptops, and smart devices for the home. They realize that their market is made up of buyers with different wants and needs. To ensure that their products are successful and meet the needs of customers accurately, the company needs to classify their market using different segmentations.

Determine **FOUR (4)** types of segmentation that the company can use to divide its market and ensure that their new products better meet the wants and needs of customers.

Sebuah syarikat elektronik pengguna sedang merancang untuk melancarkan pelbagai produk baru, termasuk telefon pintar, komputer riba, dan peranti pintar untuk rumah. Mereka menyedari bahawa pasaran mereka terdiri daripada pembeli dengan pelbagai kehendak dan keperluan. Untuk memastikan produk mereka berjaya dan memenuhi kehendak pelanggan dengan tepat, syarikat tersebut perlu mengelaskan pasaran mereka menggunakan segmentasi yang berbeza.

*Tentukan **EMPAT (4)** jenis segmentasi yang boleh digunakan oleh syarikat tersebut untuk membahagikan pasaran mereka dan memastikan produk baru mereka memenuhi kehendak dan keperluan pelanggan dengan lebih baik.*

[8 marks]

[8 markah]

- CLO2 (c) A small boutique hotel has recently opened in a tourist hotspot, but it is struggling to attract guests due to competition from well-established hotels. The hotel's owner is considering digital marketing as a strategy to increase visibility, attract more customers, and improve bookings. However, they are unsure whether investing in digital marketing will be beneficial.
- Using the case of the boutique hotel, analyze **FOUR (4)** benefits of digital marketing and how it can help businesses grow by improving customer engagement, brand awareness, and bookings.
- Sebuah hotel butik kecil baru-baru ini dibuka di kawasan tumpuan pelancong, tetapi ia bergelut untuk menarik tetamu kerana persaingan daripada hotel yang telah lama beroperasi. Pemilik hotel sedang mempertimbangkan pemasaran digital sebagai strategi untuk meningkatkan keterlihatan, menarik lebih ramai pelanggan dan menambah baik tempahan. Walau bagaimanapun, mereka tidak pasti sama ada melabur dalam pemasaran digital akan memberi manfaat.*
- Menggunakan kes hotel butik, analisa **EMPAT (4)** faedah pemasaran digital dan cara ia boleh membantu perniagaan dalam industri pelancongan dan hospitaliti berkembang dengan meningkatkan penglibatan pelanggan, kesedaran jenama dan tempahan.*

[8 marks]

[8 markah]

SOALAN TAMAT