

**MENGENAL FAKTOR TARIKAN PENGUNJUNG KE MUZIUM
PERANG, PULAU PINANG**

10DPM14F2054	NUR SUHAILI BINTI ABDUL LATIF
10DPM14F2099	MOHAMAD NUR AL-HAFIZ BIN SOLEH
10DPM14F2111	SITI SARAH BINTI MOHAMAD
10DPM14F2052	IRRA NORAIN BINTI MOHD NASIR
10DPM14F2064	NURUL FAZIRA BINTI ABDUL RAHIM
10DPM14F2119	ALIFF AL-BUKHARI BIN JAWAWI

**LAPORAN INI DIKEMUKAKAN UNTUK MEMENUHI
SEBAHAGIAN DARIPADA SYARAT MEMPEROLEH
DIPLOMA PENGAJIAN PERNIAGAAN**

JABATAN PERDAGANGAN

POLITEKNIK SEBERANG PERAI

DISEMBER 2016

PENGESAHAN LAPORAN PROJEK

Laporan projek bertajuk “**Mengkaji Faktor Tarikan Pengunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang**” ini telah dikemukakan, disemak serta disahkan sebagai memenuhi syarat dan penulisan projek seperti yang telah ditetapkan.

Disemak Oleh :

Nama Penyelia : Cik Nurhashimah Binti Muhamed Fauzi

Tandatangan Penyelia :

Tarikh :

Disahkan Oleh :

Nama Pensyarah Kursus : Dr. Nor Hasni Binti Haron

Tandatangan Pensyarah Kursus :

Tarikh :

PENGAKUAN PELAJAR

“Kami akui karya ini adalah hasil karya kami sendiri kecuali nukilan yang setiap satunya telah kami jelaskan sumbernya.”

1. Tandatangan :
Nama : Mohamad Nur Al Hafiiz Bin Soleh
No. Pendaftaran : 10DPM14F2099
Tarikh :
2. Tandatangan :
Nama : Nur Suhaili Binti Abdul Latif
No. Pendaftaran : 10DPM14F2054
Tarikh :
3. Tandatangan :
Nama : Siti Sarah Binti Mohamad
No. Pendaftaran : 10DPM14F2111
Tarikh :
4. Tandatangan :
Nama : Irra Norain Binti Mohd Nasir
No. Pendaftaran : 10DPM14F2052
Tarikh :
5. Tandatangan :
Nama : Nurul Fazira Binti Abdul Rahim
No. Pendaftaran : 10DPM14F2064
Tarikh :
6. Tandatangan :
Nama : Aliff Al Bukhari Bin Jawawi
No. Pendaftaran : 10DPM14F2119
Tarikh :

PENGHARGAAN

Dipanjatkan kesyukuran kepada Yang Maha Pecipta kerana dengan limpah kuniar-Nyadapat kami menyiapkan penyelidikan ini pada masa yang ditetapkan. Begitu juga dengan rezeki yang dikurniakan dan kesihatan diri bagi meneruskan tugas sebagai khalifah Allah di muka bumi ini.

Di sini kami ingin merakam setinggi-tinggi penghargaan dan ucapan kepada Cik Nurhashimah Binti Muhamed Fauzi kerana sudi menyelia kami dengan memberikan bimbingan dan dorongan sepanjang tempoh kajian dilakukan di mana beliau telah banyak berkongsi cadangan dan pendapat yang bernas untuk menghasilkan kajian yang dapat memberi manfaat kepada pihak-pihak tertentu. Jutaan terima kasih juga ditujukan kepada pensyarah kursus projek iaitu Dr. Nor Hasni Binti Haron kerana sudi membantu kami dalam menyempurnakan kajian ini

Di samping itu, tidak dilupakan kepada rakan-rakan seperjuangan kerana banyak membantu kami untuk menyiapkan tugas tersebut. Selain itu, kami ingin merakam setinggi-tinggi penghargaan kepada pihak Muzium Perang, Pulau Pinang di atas kerjasama yang diberikan serta budi baik pihak Muzium Perang yang membenarkan kami menjalankan kajian di sana.

Akhir sekali, kami juga tidak lupa merakamkan jutaan terima kasih kepada keluarga kami yang banyak membantu dan memberi dorongan dan sokongan kepada kami apabila diperlukan. Semoga bantuan kalian diberkati oleh Allah SWT dan mendapat di akhirat kelak. Sekian, Wassalam.

ABSTRAK

Tujuan kajian ini dilakukan adalah untuk mengkaji faktor tarikan pengunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang. Kajian ini dijalankan untuk mendapatkan maklum balas daripada pengunjung yang berkunjung ke Muzium Perang berdasarkan tiga faktor yang dikaji iaitu faktor lokasi, faktor promosi, faktor kemudahan untuk mengenalpasti sama ada faktor ini mempengaruhi jumlah kunjungan orang ramai ke Muzium Perang, Pulau Pinang. Seramai 100 responden telah dipilih secara rawak yang terdiri daripada pengunjung yang berkunjung ke Muzium Perang. Hasil dapatan kajian diproses menggunakan sistem SPSS (Statistical Package of the Social Science) versi 23. Harapan daripada kajian ini adalah supaya pihak Muzium Perang dapat menambahkan lagi bilangan pengunjung dan mempertingkatkan lagi mutu perkhidmatan serta infrastruktur di masa akan datang terutama daripada aspek lokasi, promosi dan kemudahan.

ABSTRACT

The purpose of this research was to study the response to the War Museum, Pulau Pinang. Of this research to get feedback from visitors to the War Museum, Pulau Pinang based on three factors, namely the promotion factor, location factor and amenities factors to determine whether these factors influence the number of visits people to War Museum, Pulau Pinang. A total of 100 respondents were randomly selected consisting of visitors to the War Museum, Pulau Pinang. The findings were processed using the SPSS system (Statistical Package of the Social Science) version 23. Hope of this research for War Museum, Pulau Pinang is to increase the number of visitors and improve the quality of services and infrastructure in the future, especially from the aspect of promotion, location and amenities.

KANDUNGAN		HALAMAN
PENGESAHAN LAPORAN PROJEK		II
PERAKUAN KEASLIAN DAN HAK MILIK		III
PENGHARGAAN		IV
ABSTRAK		V-VI
SENARAI KANDUNGAN		VII- X
SENARAI JADUAL		XI
SENARAI RAJAH		XII
SENARAI LAMPIRAN		XIII
BAB 1	PENDAHULUAN	1-2
1.1	Latar belakang masalah	3-4
1.2	Penyataan masalah	4-5
1.3	Objektif kajian	6
1.4	Persoalan kajian	6-7
1.5	Kepentingan kajian	7
	1.5.1 Kepentingan kepada Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia	7
	1.5.2 Kepentingan kepada pengurusan Muzium Perang	7
	1.5.3 Kepentingan kepada pengkaji akan datang	8
1.6	Skop kajian	8
1.7	Definisi operasi	
	1.7.1 Definisi lokasi	9
	1.7.2 Definisi promosi	10
	1.7.3 Definisi kemudahan	10-11

1.8	Limitasi kajian	11
	1.8.1 Kerjasama responden	11
	1.8.2 Masa yang terhad	12
	1.8.3 Sumber	12
1.9	Kesimpulan	12

BAB 2 SOROTON KAJIAN

2.0	Pendahuluan	13
2.1	Faktor lokasi	14-15
2.2	Faktor promosi	15-16
2.3	Faktor kemudahan	16-17
2.4	Kesimpulan	18

BAB 3 METODOLOGI KAJIAN

3.0	Pendahuluan	19-20
3.1	Rekabentuk kajian	20
3.2	Kaedah pengumpulan data	21-22
3.3	Populasi dan sampel	22-23
3.4	Instrumen kajian	23-25
3.5	Kaedah penganalisan data	25
3.6	Kesimpulan	25-26

BAB 4 ANALISIS DATA

4.0	Pengenalan Bab	27
4.1	Analisis Kebolehpercayaan Data	28

4.2	Bahagian A: Latar Belakang responden	28
4.2.1	Taburan responden mengikut jantina	29
4.2.2	Taburan responden mengikut status	30
4.2.3	Taburan responden mengikut bangsa	31
4.2.4	Taburan responden mengikut umur	32
4.2.5	Taburan responden mengikut jumlah kunjungan	34
4.3	Bahagian B: Analisis Tarikan Pengunjung Ke Muzium Perang, Pulau Pinang	42
4.4	Kesimpulan	42
BAB 5	PERBINCANGAN, CADANGAN DAN KESIMPULAN	
5.0	Pengenalaan Bab	43-44
5.1	Perbincangan	44
5.1.1	Perbincangan kajian terhadap faktor-faktor tarikan pengunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang (Faktor Lokasi)	44-45
5.1.2	Perbincangan kajian terhadap faktor-faktor tarikan pengunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang (Faktor Promosi)	45-46
5.1.3	Perbincangan kajian terhadap faktor-faktor tarikan pengunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang (Faktor Kemudahan)	46-48
5.2	Cadangan	
5.2.1	Cadangan kepada Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia	48

5.2.2	Cadangan kepada pengurusan Muzium Perang, Pulau Pinang	49
5.2.3	Cadangan kepada pengkaji akan datang	49
5.3	Kesimpulan	50

SENARAI JADUAL

NO JADUAL	TAJUK	MUKA SURAT
Jadual 3.4.1	Skala Likert 5 Mata	25
Jadual 4.1.1	Jadual Analisis Kebolehpercayaan Data	28
Jadual 4.3	Skala Min Skor	36
Jadual 4.3.1	Analisa soalan berkaitan tarikan pengunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang (Faktor Lokasi)	36-37
Jadual 4.3.2	Analisa soalan berkaitan tarikan pengunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang (Faktor Promosi)	38-39
Jadual 4.3.3	Analisa soalan berkaitan tarikan pengunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang (Faktor Kemudahan)	40-41

SENARAI RAJAH

NO RAJAH	TAJUK	MUKA SURAT
Rajah 4.2.1.1	Taburan responden mengikut jantina	29
Rajah 4.2.2.1	Taburan responden mengikut status	30
Rajah 4.2.3.1	Taburan responden mengikut bangsa	31
Rajah 4.2.4.1	Taburan responden mengikut umur	32
Rajah 4.2.5.1	Taburan responden mengikut jumlah kunjungan	34

SENARAI LAMPIRAN**LAMPIRAN****TAJUK****Bibliografi**

Borang Soal Selidik Mengkaji Faktor Tarikan Pengunjung Ke
Muzium Perang, Pulau Pinang.

Bab 1

PENGENALAN

1.0 PENDAHULUAN

Pelancongan mempunyai pelbagai maksud mengikut perspektif dan pandangan pihak-pihak yang terlibat sama ada secara langsung ataupun tidak langsung dengan industri pelancongan. Ini termasuklah pelancongan itu sendiri, organisasi penginapan dan muzium dipromosikan dengan gambar-gambar yang cantik yang dapat menarik pelancong atau masyarakat yang mahu mengenali sejarah terdahulu.

Malaysia merupakan tempat pelancongan yang sering dikunjungi oleh pengunjung luar negara kerana Malaysia merupakan negara yang terdapat berbilang kaum dan budaya. Terdapat 14 buah negeri di Malaysia dan setiap negeri mempunyai sejarah yang tersendiri. Sektor Pelancongan merupakan sektor penting dan mempunyai potensi yang baik yang terus maju, Pejabat Daerah Papar, www.sabah.gov. Jafari (1977) mendefinisikan pelancongan sebagai, "Suatu kajian manusia yang bertentangan dengan habitat semula jadi mereka serta penglibatan industri yang bertindak balas pada keperluan

mereka, dan juga kesan ke atas diri mereka dan industri itu daripada sudut sosial budaya, ekonomi dan persekitaran.

Muzium sebagai salah satu destinasi pelancongan yang mempamerkan sejarah, kebudayaan atau kesenian. Perkataan “muzium” di dalam Bahasa Malaysia sebenarnya dipetik dari perkataan Bahasa Inggeris (Museum) yang juga asalnya dari perkataan Greek Tua (Muse) yang bererti hiburan. Di dalam kamus pula mentafsirkan muzium seperti berikut: (A building or pent of one in which are preserved an exhibited objects of permanent interest in one or more of the arts works, economics and sciences) atau dengan kata lainnya bererti sekolah gambar. Muzium juga merupakan sebuah tempat yang dibina khas untuk menyimpan atau meletakkan barang sejarah atau yang berkaitan dengan kesenian dan kebudayaan bergantung kepada konsep pembinaannya.

Masyarakat lebih memahami istilah muzium sebagai tempat peninggalan bahan artifak yang meninggalkan kesan pada Malaysia. Pada tahun 1974 badan professional yang dikenali Majlis Muzium Antarabangsa (ICOM) yang telah mendefinisikan muzium secara terperinci sebagai ‘institut yang bersifat tetap, tidak mencari keuntungan, memberi khidmat kepada masyarakat dan perkembangan terbuka kepada umum, memperolehi, merawat, menghubungkan dan mempamerkan sebagai tujuan pembelajaran, pendidikan dan hiburan bagi memperingati sejarah peninggalan manusia dan persekitaran”. Di Malaysia dianggarkan sebanyak 150 buah muzium, dan boleh diklasifikasikan Muzium Persekutuan, Muzium Negeri, Muzium Institusi atau Jabatan, Muzium Swasta, Muzium Persendirian.

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Sektor pelancongan merupakan sejenis kegiatan ekonomi ketiga, iaitu memberi perkhidmatan kepada pengunjung pada tahun 2004. Sektor ini telah menyumbang kira-kira RM29.7 bilion kepada pendapatan negara kita. Kini, kerajaan berusaha memajukan industri pelancongan dengan mempelbagaikan produk pelancongan negara. Oleh sebab itu, kerajaan telah memperkenalkan pelancongan pendidikan, pelancongan kesihatan, pelancongan sukan, dan pelancongan berasaskan pertanian serta ekologi (Huzail Hussin, 2006)

Muzium Perang merupakan salah satu cara untuk mengetahui dan mempelajari sejarah namun begitu kedatangan pengunjung masih berkurangan. Secara puratanya, pengunjung muzium adalah pengunjung dari dalam negeri. Jumlah pengunjung dari luar negeri juga kurang berdasarkan lokasi muzium itu yang kelihatan sunyi dan suram.

Selain itu, kurangnya kunjungan dari golongan belia kerana berasa bosan dan kurang berminat dengan peralatan-peralatan yang dipamerkan. Ini turut diakui oleh Pensyarah Jabatan Sosiologi dan Antropologi, Universiti Islam Antarabangsa Malaysia (UIAM), Kuala Lumpur, Dr.Noor Azlan Mohd Noor. Beliau berpendapat, cara persembahan artifak atau pameran yang masih berkonsepkan tradisional menjadi antara faktor yang gagal menarik minat generasi muda.

Menurut Wadiassofi Jaafar, Pengerusi Jawatankuasa Pelancongan, Hal Ehwal Masyarakat India dan Hal Ehwal Masyarakat Siam, YB. Dato' S.Manikumar memberi kenyataan dalam Warta Kedah "walaupun tak perlu bayar untuk masuk ke muzium tetapi kita lihat kurang mendapat sambutan daripada penduduk tempatan atau masyarakat sedangkan nilai sejarah yang kita miliki cukup tinggi". Promosi merupakan antara faktor yang penting bagi menarik minat orang ramai sama ada di dalam atau luar negara. Swastha (1999:237), mendefinisikan promosi sebagai "arus informasi atau satu arah yang

dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran”.

Manakala merujuk kepada Saladin (2002:123), “promosi adalah suatu komunikasi informasi penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut”. Namun begitu, kedatangan pengunjung ke muzium masih berkurangan kerana kurangnya promosi yang dijalankan oleh pihak muzium bagi menarik minat pengunjung.

1.2 PENYATAAN MASALAH

Malaysia kini mempunyai lebih 150 buah muzium di bawah seliaan Jabatan Muzium Malaysia, kerajaan negeri, persendirian dan pihak swasta tetapi pengunjung tempatan masih kurang. Berdasarkan statistik Program Kunjungi Muzium pada tahun 2007, jumlah pelawat yang direkodkan ialah 2,018,058 orang. Daripada jumlah itu, sebanyak 370,177 adalah pelancong luar negara, 244,310 pelajar tempatan manakala pengunjung tempatan seramai 1,403,571. (Izyana Liyana Mohd Darif, Kosmo Online)

Peranan muzium dapat mempengaruhi perkembangan mutakhir dalam dunia pendidikan dan kesedaran masyarakat terhadap peranan sekolah untuk melahirkan pelajar yang cemerlang akademik dan sahsiah. Tuntutan ini menyebabkan institusi pemuziuman turut memikul tanggungjawab yang sama kerana muzium merupakan sebuah institusi pendidikan dalam bentuk pendidikan bukan formal. Sungguhpun begitu, cara yang betul harus ditinjau agar usaha-usaha ke arah ini dapat disempurnakan dengan baik dan berkesan.

Dalam konteks pemahaman pengunjung dalam program pendidikan, penggunaan laras bahasa dan sejauh manakah elemen bahasa tersebut menjadi antara aspek utama juga harus dilihat oleh muzium. Bagi memudahkan objektif sesebuah muzium dalam menyebarkan ilmu pengetahuan, perancangan dan pengurusan sesebuah program terutama dalam menyediakan teks dan kapsyen agar menjadi menarik adalah antara yang perlu dititikberatkan agar dapat menarik masyarakat untuk berkunjung ke muzium dan dalam masa yang sama memahami apa yang ingin disampaikan.

Isu masalah muzium seringkali dibicarakan dalam media massa sebagai topik yang lazim seperti Muzium Hilang Daya Tarikan (Azmi Syafi, 2005:10) yang membicarakan mengenai masalah kunjungan ke muzium menjadi pilihan terakhir sekiranya diberi pilihan telah menggambarkan kegagalan matlamat kerajaan dalam menjadikan hobi masyarakat untuk ke muzium. Nazel Hasyim (2007), pula membicarakan mengenai muzium yang tidak dikunjungi pengunjung sedangkan proses pembinaannya menelan perbelanjaan yang besar Contohnya Muzium Kota Kayang Perlis yang dibina bermula tahun 1999 yang menelan belanja RM 1.7 juta. Usaha dalam menarik pengunjung merupakan satu usaha yang sangat bertepatan dalam mencapai matlamat menyebarkan ilmu pengetahuan.

Dalam proses memahami kandungan pameran di muzium, pembacaan terhadap teks dan kapsyen merupakan antara aspek yang utama. Safiah (1990) menyatakan pembaca yang cekap ialah seseorang yang berusaha mendapatkan makna daripada teks atau petikan yang dibaca. Dia bukan hanya membaca setakat mencungkil maklumat ataupun setakat memahami apa yang dinyatakan oleh penulis secara terus terang dan tidak lebih dari itu. Sebaliknya pembaca itu perlu menggunakan daya kognisi atau daya mentalnya bagi mendapatkan makna daripada teks atau wacana bertulis yang sedang dihadapinya.

1.3 OBJEKTIF KAJIAN

Objektif umum kajian ini adalah untuk mengkaji faktor tarikan pengunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang. Objektif kajian ini adalah:

1. Mengenalpasti faktor lokasi menjadi tarikan pengunjung untuk berkunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang.
2. Mengenalpasti faktor promosi menjadi tarikan pengunjung untuk berkunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang.
3. Mengenalpasti faktor kemudahan menjadi tarikan pengunjung untuk berkunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang.

1.4 PERSOALAN KAJIAN

Persoalan kajian ini adalah mengikut objektif kajian yang dikaji iaitu faktor-faktor yang menjadi tarikan pengunjung ke Muzium Perang di Pulau Pinang.

1. Adakah faktor lokasi menjadi tarikan pengunjung untuk berkunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang?

2. Adakah faktor promosi menjadi tarikan pengunjung untuk berkunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang?

3. Adakah faktor kemudahan menjadi tarikan pengunjung untuk berkunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang?

1.5 KEPENTINGAN KAJIAN

Kajian ini dijalankan dapat memberi kepentingan kepada pihak-pihak yang terlibat. Pertama sekali kepada Industri Pelancongan kerana muzium dapat berkembang menjadi produk baru kepada industri pelancongan terutamanya bagi memperkenalkan sejarah di negara kita kepada pelancong asing.

1.5.1 Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia

Melalui Kementerian Pelancongan dan Kebudayaan Malaysia, ia juga dapat dijadikan rujukan tambahan kepada kerajaan dalam usaha menarik minat pengunjung tempatan untuk berkunjung ke muzium. Kerajaan juga dapat mengenalpasti kelemahan yang wujud berkenaan dengan Muzium Perang, Pulau Pinang dan sekaligus memperbaiki kelemahan yang sedia ada.

1.5.2 Pengurusan Muzium Perang, Pulau Pinang

Kajian ini sedikit sebanyak dapat membantu pihak pengurusan Muzium Perang dengan hasil dapatannya dalam menentukan faktor promosi, lokasi dan kemudahan antara sasaran

pelanggan yang mengunjunginya. Selain daripada itu, pihak pengurusan Muzium Perang juga dapat mengetahui dan memenuhi kehendak dan keperluan pengunjung.

1.5.3 Pengkaji akan datang

Maklumat yang diperolehi daripada hasil kajian ini boleh digunakan oleh pengkaji yang ingin membuat penyelidikan mengenai muzium. Daripada hasil kajian ini juga dapat memberikan maklumat dan juga idea tentang penyelidikan yang berkaitan. Ia juga boleh dijadikan rujukan tambahan kepada penyelidikan di masa akan datang.

1.6 SKOP KAJIAN

Kajian ini dijalankan secara pengedaran borang soal selidik untuk “Mengkaji faktor tarikan pengunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang”.

Kajian ini hanya memberi tumpuan kepada tiga faktor utama yang dikenalpasti iaitu faktor promosi, lokasi dan kemudahan. Borang soal selidik diedarkan kepada responden yang telah dipilih secara rawak mudah dan ia adalah sebagai salah satu instrumen atau alat untuk mendapatkan data.

Skop kajian ini, responden yang dipilih ialah pengunjung yang mengunjungi Muzium Perang, Pulau Pinang. Seramai 100 orang responden dipilih untuk menjawab borang soal selidik ini. Pemilihan responden meliputi pelbagai jenis jantina, bangsa dan umur. Had umur yang dipilih sebagai responden adalah yang berusia antara 15 tahun dan ke atas.

1.7 DEFINISI OPERASIONAL

1.7.1 Lokasi

Menurut Edward Inskeep (1996), menyatakan bahawa lokasi negara atau wilayah perlu ditentukan atau dipetakan berkaitan dengan keadaan serantau dan sejagat. Lokasi merupakan pertimbangan yang penting berhubung dengan jarak dari negara dan dari wilayah lain di negara yang menggunakan peringkat pelancongan wilayah sebagai input kepada analisa lokasi mungkin mendedahkan peluang yang perlu dimasukkan dalam kawasan perancangan untuk pelancongan destinasi berbilang dan kemungkinan untuk perkembangan keluaran pelancongan sebagai penghargaan kepada negara.

Menurut Kamus Pelajar cetakan ke-14, lokasi membawa maksud sesuatu kawasan yang tertentu seperti kampung, daerah dan lain-lain.

Dalam konteks kajian, lokasi membawa membawa maksud dimana tempat terletaknya Muzium Perang, Pulau Pinang tersebut iaitu berdekatan dengan jambatan kedua Pulau Pinang atau nama rasminya Jambatan Sultan Abdul Halim Muadzam Shah.

1.7.2 Promosi

Menurut Lamb, Hair, Mc-Daniel (2001), promosi adalah komunikasi dari para penjual yang menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan para calon pembeli suatu respon.

Menurut Shimp (2003: 8) promosi atau promotion berasal dari perkataan latin yang bererti “untuk maju kedepan”. Dalam pemasaran, promosi mempunyai erti yang sama, khususnya untuk memotivasi atau menggerakkan konsumen agar bertindak.

Menurut Swastha (2003: 237) menyatakan bahawa promosi dipandang sebagai suatu arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.

Menurut Alma (2005: 179) promosi pada hakikatnya adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Definisi ini bagi merujuk kepada kajian yang dijalankan di Muzium Perang, Pulau Pinang.

1.7.3 Kemudahan

Noremy Bt Che Azmi dan Fadilah Bt Mat Assain @ Hashim (2011), kemudahan merupakan kemudahan dan perkhidmatan dalam konteks ini merujuk kemudahan prasarana yang disediakan dan juga perkhidmatan secara langsung atau tidak langsung sama ada melibatkan individu ataupun perkhidmatan yang tidak melibatkan individu.

Menurut Abd Rahman, (2009) kemudahan yang baik serta bermutu dapat memenuhi kepuasan pelanggan.

Menurut konteks kajian, kemudahan adalah keadaan yang menyenangkan pelanggan dari segi keselesaan ditempat letak kereta, kaunter dan tempat duduk yang mencukupi agar pelanggan berasa puas hati atau selesa dengan kemudahan yang ada.

1.8 LIMITASI KAJIAN

Kajian ini tertumpu kepada pengunjung di Muzium Perang, Pulau Pinang. Oleh itu, maklumat yang lengkap mengenai tahap kepuasan pengunjung di Muzium Perang, Pulau Pinang sukar diperolehi.

1.8.1 Kerjasama Responden

Kebanyakan pengunjung kurang memberi kerjasama dalam menjawab soal selidik. Selain itu, maklumat yang diperolehi adalah dari maklumat soal selidik yang bergantung

kepada ketulusan responden di Muzium Perang, Pulau Pinang. Hal ini menjadi salah satu halangan bagi mendapat maklumat yang lebih tepat untuk kajian ini.

1.8.2 Masa yang terhad

Dari sudut masa, penyelidikan ini hanya diberi masa yang terhad sahaja. Dengan masa yang diperuntukkan untuk menyiapkan kajian ini menjadi penghalang untuk pengkaji menyiapkan kajian ini dengan masa yang terhad ini juga menyebabkan skop kajian ini tertumpu pada pengunjung Muzium Perang, Pulau Pinang.

1.8.3 Sumber

Pengkaji turut menghadapi masalah dari segi akses mendapatkan sumber bahan rujukan menjadi antara elemen penting bagi pengkaji untuk mengukuhkan kenyataan kajian. Selain itu, sumber rujukan dalam aspek capaian maklumat dalam kesukaran memilih bahan sumber rujukan seperti buku, majalah, atau risalah.

1.9 KESIMPULAN

Kesimpulannya, melalui kajian yang dijalankan oleh para pengkaji, terdapat tiga faktor yang terlibat dalam mengkaji faktor tarikan pengunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang. Antaranya faktor lokasi, faktor promosi dan faktor kemudahan. Faktor-faktor ini akan dikaji oleh para pengkaji dengan lebih mendalam dengan memperolehi data tentang faktor tarikan pengunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang.

BAB 2

SOROTAN KAJIAN

2.0 PENGENALAN

Kajian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengunjung berkunjung ke Mzium Perang, Pulau Pinang. Terdapat tiga kemungkinan faktor yang berkemungkinan mempengaruhi kunjungan pengunjung ke Muzium Perang iaitu faktor promosi, faktor lokasi atau faktor keselamatan. Kajian ini dibuat untuk mengetahui apakah faktor yang mempengaruhi tarikan pelancong dari luar atau dalam negara berkunjung ke Muzium Perang tersebut. Dengan adanya sorotan kajian, ia akan dapat memperkukuhkan lagi kajian yang akan dijalankan.

2.2 FAKTOR LOKASI

Dalam menjalankan sesuatu aktiviti perniagaan atau perusahaan , perkara utama yang perlu diambil kira ialah faktor lokasi. Dalam konteks ini, lokasi merupakan satu tempat yang mempunyai kedudukan strategik dan stabil untuk memasarkan sesuatu barangan dan perkhidmatan atau menubuhkan sesuatu tapak projek perusahaan perniagaan. Faktor lokasi memainkan peranan penting dalam konteks perniagaan.

Menurut Edward Inskeep (1996), menyatakan bahawa lokasi negara atau wilayah perlu ditentukan dan dipetakan berkaitan dengan keadaan serantau dan sejagat. Lokasi merupakan pertimbangan yang penting berhubung dengan jarak dari negara pasaran pelancong yang utama diperingkat pelancongan negara dan dari wilayah lain di negara yang menggunakan peringkat pelancongan wilayah sebagai input kepada analisis pasaran. Bagi perancangan melancong, analisis lokasi mungkin mendedahkan peluang yang perlu dimasukkan dalam kawasan perancangan untuk pelancongan destinasi berbilang dan kemungkinan untuk perkembangan keluaran pelancongan sebagai penghargaan kepada negara.

Menurut Philip Kothler dan Armstrong (1989), lokasi merupakan kunci kepada keupayaan menarik pelancong dan juga merupakan antara keputusan yang terpenting bagi menarik pelancong untuk mengunjungi Muzium Perang, Pulau Pinang. Sesuatu perusahaan yang dijalankan seharusnya ditubuhkan dikawasan yang dipenuhi dengan penduduk yang ramai dan tempat tersebut mudah dilihat oleh orang ramai.

Lokasi strategik di sini ialah lokasi menjadi tumpuan orang ramai dan mudah dikunjungi. Menurut Ghazali Bin Jaffar (2000), pemilihan lokasi yang baik merupakan kunci kepada kemampuan pengusaha untuk menarik minat pelanggan untuk berkunjung ke tempat

mereka. Justeru itu, keputusan memilih lokasi merupakan keputusan penting yang perlu dipertimbangkan oleh pengusaha.

2.1 FAKTOR PROMOSI

Promosi adalah salah satu elemen penting di dalam bidang pemasaran. Promosi juga merupakan satu komunikasi yang digunakan oleh pihak Muzium Perang untuk memberitahu, menghebahkan dan menggalakkan orang ramai supaya berkunjung ke Muzium Perang. Promosi yang memberangsangkan dapat menarik perhatian orang ramai untuk mengunjungi Muzium Perang.

Menurut Zumilah Zainaludin (1999), promosi adalah komunikasi maklumat mengenai firma, produk atau perkhidmatan dengan cara yang menarik dan jujur bagi mempengaruhi bakal pembeli atau sasaran pasaran, untuk membeli produk atau perkhidmatan yang dipromosikan.

Menurut Nik Yacob (2000), promosi merupakan salah satu elemen penting dalam pemasaran di mana ia merupakan komunikasi yang digunakan oleh pemasar-pemasar untuk memberitahu, menggalak dan meyakinkan pembeli-pembeli yang berpotensi supaya mereka mencuba dan membeli keluaran yang dipasarkan.

Kenyataan Nik Rahimah Nik Yacob ini disokong oleh Philip Kotler dan Armstrong (2000), ntuk menggalak dan meyakinkan pembeli, aktiviti promosi perlulah dijalankan dengan lebih meluas bagi membolehkan orang ramai khususnya masyarakat setempat mengetahui tentang kewujudan sesuatu produk. Ini kerana setiap bentuk dan jenis alat promosi mempunyai keunikan kualitinya yang tersendiri sebagai sebahagian daripada aktiviti pemasaran.

Manakala menurut Mohd Sani, Md. Said (2000) pula, menambah pelbagai pendekatan boleh digunakan oleh pengusaha perniagaan untuk mempromosikan premis mereka termasuk menjalankan kerjasama dengan aktiviti-aktiviti lain seperti agen pelancongan, syarikat penerbangan dan sebagainya. Malah mereka juga boleh bekerjasama dengan pihak kerajaan melalui pelbagai program yang telah dirancang.

Hujah ini disokong oleh Mohammad Abd. Hamid (1996) yang menyatakan promosi adalah usaha organisasi mempengaruhi, memujuk dan menyakinkan pelanggan tentang kelebihan keluaran yang diberikan. Ini termasuk usaha menyampaikan maklumat melalui pelbagai cara yang boleh mempengaruhi kelakuan dan tanggapan pengguna terhadap sesuatu keluaran yang dikeluarkan. Usaha untuk membangun dan meluaskan peranan promosi dalam pemasaran menentukan kejayaan sesebuah organisasi untuk menonjolkan imejnya kepada pengguna

2.3 FAKTOR KEMUDAHAN

Selain dari faktor promosi dan lokasi, kemudahan juga merupakan elemen terpentin, kemudahan juga dimaksudkan seperti sebuah bangunan, tumbuhan, atau struktur yang dibina, yang ditubuhkan, atau dipasang bagi pelaksanaan satu atau lebih khusus aktiviti atau fungsi (dipetik daripada <http://www.businessdictionary.com>)

Infrastruktur komuniti daripada segi konsep ialah pelbagai jenis kemudahan awam dan sistem sokongan social yang disediakan untuk orang ramai (Bell dan Valentine, 1995) terdapat dua jenis infrastruktur komuniti iaitu infrastruktur komuniti bersifat local dan infrastruktur komuniti bersifat global. Kawasan perumahan, kemudahan pengangkutan, kemudahan pendidikan, kemudahan komunikasi, kompleks membeli belah,

sehinggalah kepada bar, kelab malam, kafe siber, sauna, farmasi, spa dan salon kecantikan yang disediakan untuk kemudahan orang ramai adalah merupakan infrastruktur komuniti jenis tempatan dan dibina untuk kemudahan masyarakat setempat (Suriati Ghazali, Jabil Mapjabil & Azilah Mohamad Nor, 2006).

Menurut Made Ashdiana (2013), kehidupan di Pulau Pinang ternyata jauh lebih nyaman. Para pendatang yang ramai melancong ke Malaysia terutamanya di Pulau Pinang menjalankan adat dan keyakinan budaya di sini tanpa mempertikaikannya. Permukiman, pusat beribadah hingga pusat perdagangan pun tumbuh subur di mana Georgetown sebagai ibu kota. Ini secara terus mempertahankan keaslian daerah, UNESCO (United Nations Educational, Scientific and cultural Organization) menetapkan Georgetown sebagai kota warisan budaya dunia pada 2008. (dipetik daripada <http://travel.kompas.com>). Bagi analisis pengangkutan dalaman, mengambil kira sistem rangkaian pengangkutan yang terdapat di dalam sesebuah negara tersebut di samping kapasiti penumpang atau pelancong yang boleh di bawa (Inskeep, 1996)

Kemudahan pengangkutan yang disediakan di dalam tarikan pelancongan juga adalah sangat penting untuk memudahkan pergerakan pelancong untuk tiba di kawasan tarikan tanpa penyediaan perkhidmatan pengangkutan yang sempurna akan menyebabkan kawasan tarikan atau sistem pelancongan di dalam kawasan tarikan tersebut akan menjadi lambat dan tidak aktif. Oleh itu pengurusan di dalam destinasi dan juga kawasan tarikan pelancong adalah salah satu faktor yang sangat penting untuk meningkatkan tahap kepuasan pelancong (Cooper, 2003).

Kesimpulannya faktor kemudahan juga berperanan penting untuk menarik pengunjung ke Muzium Perang.

2.4 KESIMPULAN

Objektif atau pembolehubah yang digunakan di dalam sorotan kajian yang utama adalah faktor lokasi, faktor promosi, dan faktor kemudahan yang mempengaruhi kajian terhadap faktor tarikan pengunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang. Dengan adanya sorotan kajian telah membantu para pengkaji untuk mencapai objektif yang telah ditetapkan. Oleh itu, sorotan kajian dapat memperkukuhkan lagi kajian yang sedang dijalankan oleh pengkaji.

BAB 3

METODOLOGI

3.0 PENDAHULUAN

Metodologi kajian adalah merujuk kepada kaedah yang sesuai dijalankan melalui penyelidikan dan menentukan tatacara yang efektif bagi menjawab permasalahan kajian. Dalam menjalankan kajian pengkaji mestilah mengenalpasti dan menjelaskan kaedah yang terbaik untuk mengukur bagi mendapatkan hasil yang tepat. Dalam bab ini metodologi yang digunakan adalah untuk mencapai objektif kajian dan menerangkan tentang kawasan kajian, pemilihan sampel, kaedah pengumpulan data dan prosedur analisis data. Menurut Mohd Majid (1990), kegagalan menggunakan kaedah pengumpulan data yang tidak berkesan boleh menyebabkan beban maklumat.

Kajian ini bertujuan untuk mengkaji faktor sambutan pengunjung ke Muzium Perang, Pulau Pinang. Bagi menjalankan kajian ini dengan efektif, metodologi yang di rangka adalah melibatkan bentuk kajian, populasi, dan persampelan, kajian instrumen, penganalisis data dan kesimpulan.

3.1 REKABENTUK KAJIAN

Kajian mengenai faktor tarikan pengunjung di Muzium Perang di Pulau Pinang telah menggunakan kaedah tinjauan. Menurut Mohd Majid Konting (1990), dalam membuat penyelidikan, terdapat beberapa jenis penyelidikan yang dapat membantu penyelidik dalam membuat kajian iaitu penyelidikan deskriptif, kajian kolerasi, dan kajian tinjauan. Rekabentuk kajian yang dijalankan oleh pengkaji adalah berbentuk tinjauan.

Menurut Leedy (1993) menyatakan bahawa rekabentuk sesuatu kajian adalah satu perancangan dalam kajian yang menyediakan keseluruhan rangka kerja untuk mengumpul data.

Rekabentuk ini dipilih kerana ia merupakan metodologi pengumpulan maklumat yang mudah, berkesan, ekonomi dan praktikal, di mana setiap maklumat diperolehi daripada borang soal selidik yang diedarkan kepada responden.

Kelebihan kaedah ini, responden tidak memerlukan masa yang lama untuk menjawab soalan yang dikemukakan, data hanya akan diambil sekali sahaja sepanjang tempoh kajian dan ini tidak melibatkan penggunaan masa yang panjang oleh pengkaji.