

PENGHARGAAN

Terlebih dahulu saya ingin mengucapkan setinggi-tinggi penghargaan kepada Encik Jamel Ariffin serta lain-lain pensyarah di Pusat Pengajian Perumahan, Bangunan dan Perancangan, atas bimbingan tunjuk ajar dan panduan mereka.

Saya juga ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada Encik Syed Izham selaku 'Duty Manager' di Malaysia Airport Berhad atas pertolongan mendapatkan kebenaran pas untuk menjalankan kajian soal-selidik di Lapangan Terbang Antarabangsa Bayan Lepas, Pulau Pinang.

Penghargaan saya juga ditujukan kepada ahli-ahli keluarga saya, rakan-rakan saya dalam segala bantuan dan sokongan yang diberikan.

KANDUNGAN

Penghargaan	ii
Kandungan	iii
Senarai Jadual	vi
Senarai Rajah	vii
Abstrak	viii

1.0 PENDAHULUAN	1
1.1 PENGENALAN	1
1.2 KENYATAAN ISU DAN MASALAH	1
1.3 KEPENTINGAN KAJIAN.....	3
1.4 OBJEKTIF PENYELIDIKAN	4
1.5 PERSOALAN PENYELIDIKAN	5
1.6 HIPOTESIS	6
1.6.1 <i>Hipotesis Umum</i>	6
1.6.2 <i>Sub-Hipotesis</i>	6
1.7 METODOLOGI.....	9
1.8 PERKEMBANGAN INDUSTRI PELANCONGAN DI MALAYSIA.....	10
1.9 PERKEMBANGAN INDUSTRI PELANCONGAN DI PULAU PINANG.....	13
 2 KERANGKA TEORITIKAL.....	 16
2.1 PENGENALAN	16
2.2 DEFINASI PELANCONGAN.....	18
2.2.1 <i>Industri Pelancongan</i>	18
2.2.2 <i>Pelancongan</i>	19

2.2.3	<i>Pelancong</i>	19
2.2.4	<i>Pelancong Antarabangsa</i>	20
2.2.5	<i>Pelancong Domestik</i>	21
2.3	DEFINASI PERSEPSI	21
2.4	PERMINTAAN DALAM BIDANG PELANCONGAN.....	22
2.5	PENAWARAN DALAM BIDANG PELANCONGAN	23
2.6	PELANCONG MEMBUAT KEPUTUSAN.....	25
2.7	PRODUK-PRODUK PELANCONGAN	29
2.7.1	<i>Tarikan Destinasi (Attractions)</i>	30
2.7.2	<i>Akomodasi (Accomodation)</i>	31
2.7.3	<i>Aksesibiliti (Accessibility)</i>	31
3	METODOLOGI	32
3.1	Pengenalan	32
3.2	STESEN KAJIAN SOALSELIDIK	32
3.3	PEMILIHAN RESPONDEN.....	33
3.4	PEMBENTUKAN SOALAN DALAM SOAL-SELIDIK.....	34
3.5	KAEDAH PENGANALISISAN DATA.....	35
3.6	PENGUKURAN.....	36
3.6.1	<i>Ukuran Persepsi Pelancong</i>	36
3.6.2	<i>Ukuran Kepuasan</i>	39
4	KEPUTUSAN	40
4.1	Pengenalan	40
4.2	CIRI-CIRI RESPONDEN	40
4.2.1	<i>Benua Asal</i>	40
4.2.2	<i>Kategori Umur</i>	41
4.2.3	<i>Jantina</i>	42
4.2.4	<i>Kategori Pekerjaan</i>	43
4.2.5	<i>Punca Maklumat Mengenai Pulau Pinang</i>	44

4.2.6	<i>Bilangan Lawatan</i>	45
4.2.7	<i>Tempoh Hari Penginapan</i>	47
4.3	TUJUAN LAWATAN	48
4.3.1	<i>Tujuan Lawatan</i>	48
4.4	PERMINTAAN PRODUK-PRODUK PELANCONGAN.....	49
4.4.1	<i>Jenis Akomodasi</i>	49
4.4.2	<i>Aksesibiliti</i>	50
4.4.3	<i>Tarikan Destinasi</i>	51
4.5	PERSEPSI PRODUK-PRODUK PELANCONGAN	56
4.5.1	<i>Tarikan Destinasi</i>	56
4.5.2	<i>Akomodasi</i>	63
4.5.3	<i>Aksesibiliti</i>	64
4.6	TAHAP KEPUASAN LAWATAN	66
4.6.1	<i>Tahap Kepuasan</i>	66
4.7	PRODUK-PRODUK PELANCONGAN YANG PALING DIGEMARI.....	67
4.8	PERSEPSI MASA DEPAN.....	67
4.9	LAWATAN ULANGAN	69
4.9.1	<i>Kecenderungan Lawatan Ulangan</i>	69
4.10	PEMBUKTIAN HIPOTESIS	70
5	RUMUSAN	76
5.1	Pengenalan	76
5.2	Penemuan-penemuan utama.....	76
5.3	Cadangan umum	78
5.4	Kesimpulan.....	81
	Bibliografi	82
	Lampiran	84

Jadual 1.1 : Ketibaan Pelancong ke Malaysia (1990 – 1994).....	13
Jadual 1.2 : Ketibaan Pelancong Asing Ke Pulau Pinang (1994 – 1996).....	15
Jadual 4.1 : Pembahagian Responden Mengikut Benua	41
Jadual 4.2 : Pembahagian Responden Mengikut Kategori Umur	42
Jadual 4.3 : Pembahagian Responden Mengikut Jenis Jantina.....	43
Jadual 4.4 : Pembahagian Responden Mengikut Kategori Pekerjaan.....	43
Jadual 4.5 : Punca Maklumat Mengenai Pulau Pinang.....	45
Jadual 4.6 : Bilangan Lawatan Responden Di Pulau Pinang.....	46
Jadual 4.7 : Tempoh Hari Responden Menginap Di Pulau Pinang.....	47
Jadual 4.8 : Tujuan-tujuan Lawatan Responden di Pulau Pinang.....	48
Jadual 4.9 : Jenis Akomodasi Yang Diginapi Oleh Responden	49
Jadual 4.10 : Jenis Mode Pengangkutan Yang Digunakan Oleh Responden	50
Jadual 4.11 : Produk Tarikan Semulajadi Yang Dilawati Oleh Responden	52
Jadual 4.12 : Produk Warisan Sejarah Yang Dilawati Oleh Responden	53
Jadual 4.13 : Produk Acara Yang Disaksi Oleh Responden.....	54
Jadual 4.14 : Produk Aktiviti Rekreasi dan Sukan Yang Dilakukan Oleh Responden	55
Jadual 4.15 : Produk Makanan Yang Diambil Oleh Responden	56
Jadual 4.16 : Persepsi Responden Terhadap Produk Tarikan Semulajadi.....	57
Jadual 4.17 : Persepsi Responden Terhadap Produk Warisan Sejarah	58
Jadual 4.18 : Persepsi Responden Terhadap Produk Acara.....	60
Jadual 4.19 : Persepsi Responden Terhadap Produk Aktiviti Rekreasi atau Sukan	61
Jadual 4.20 : Persepsi Responden Terhadap Produk Makanan	62
Jadual 4.21 : Persepsi Responden Terhadap Produk Akomodasi	63
Jadual 4.22 : Persepsi Responden Terhadap Produk Mode Pengangkutan	65
Jadual 4.23 : Tahap Kepuasan Responden Terhadap Lawatannya Di Pulau Pinang.....	66
Jadual 4.24 : Persepsi Responden Terhadap Jenis Pelancongan Yang Sesuai Di Pulau Pinang Pada Masa Depan.....	68
Jadual 4.25 : Kemungkinan Lawatan Ulangan Responden Ke Pulau Pinang.....	69

Senarai Rajah

Rajah 1.1 : Carta Aliran Metodologi Kajian.....	9
Rajah 2.1 : Proses Membuat Keputusan Oleh Pelancong.....	28
Rajah 2.2 : Komponen-komponen Produk Pelancongan	29

Produk-produk pelancongan memainkan peranan yang penting dalam menentukan pembangunan industri pelancongan. Produk-produk pelancongan yang ditawarkan bukan sahaja perlu pelbagai tetapi juga perlu dapat menarik atau memuaskan permintaan pelancong-pelancong yang datang melawat. Dengan itu, penyelidikan ini cuba membuktikan bahawa produk-produk pelancongan yang dapat memuaskan permintaan pelancong-pelancong akan meningkatkan kemungkinan lawatan ulangan pelancong-pelancong tersebut.

Kawasan kajian penyelidikan ini ialah kawasan Pulau Pinang. Tujuan pemilihan kawasan kajian ini adalah kerana Pulau Pinang kaya dengan pelbagai jenis produk pelancongan. Kajian ini hanya tertumpu kepada pelancong-pelancong asing sahaja. Kaedah soal-selidik digunakan untuk mengumpul data-data secara terus daripada pelancong-pelancong asing.

Daripada hasil kajian, didapati pelancong-pelancong asing yang melancong di Pulau Pinang majoritinya adalah datang dari benua Eropah dan Asia. Tujuan-tujuan utama pelancong-pelancong asing melancong di Pulau Pinang adalah untuk melawat tempat-tempat pelancongan dan untuk beristirehat. Dari segi produk-produk pelancongan, didapati permintaan pelancong-pelancong asing terhadap produk-produk tarikan semulajadi dan hotel-hotel pantai adalah sangat tinggi berbanding dengan jenis produk yang lain. Secara keseluruhan, didapati pelancong-pelancong asing mempunyai persepsi yang positif terhadap produk-produk pelancongan di Pulau Pinang. Didapati juga,

pelancong-pelancong asing berpuas hati terhadap lawatan mereka di Pulau Pinang dan majoritinya akan membuat lawatan ulangan pada masa hadapan.

Penemuan-penemuan dalam kajian ini harap dapat dipergunakan untuk tujuan pembangunan produk-produk pelancongan yang sentiasa dapat memuaskan permintaan pelancong-pelancong asing.

Tourism products play an important role in determining the growth of the tourism industry. Tourism products which is offered need to have a lot of variety other than being attractive and fulfil the demand of the tourist. With that, this study is meant to prove that tourism products which satisfied the tourists' demand and needs, will increase the possibility of a second visit.

This research is conducted within Pulau Pinang. Pulau Pinang is chosen as the area for this research because of its vast variety of tourism products. However, this study will only include foreign tourists and data are collected from them through survey method.

From the research, it was found that foreign tourists who visited Pulau Pinang came from Europe and Asia itself. They came here for relaxation and to visit different places of interest. In terms of tourism products, it was found out too, that the foreign tourists demand on natural products and hotels along the beaches are high compared to other products. As a whole, foreign tourists have a positive perception towards tourism products in Pulau Pinang. From the research, they were found to be really satisfied of the island from their here and the majority of them is determined to make another visit here in the near future.

The findings of this study can be utilised for the purpose of the development of tourism products.

1.0 PENDAHULUAN

1.1 PENGENALAN

Industri pelancongan merupakan sektor yang kedua penting selepas sektor perindustrian di Pulau Pinang. Industri ini telah memberi sumbangan yang besar dalam pembangunan negeri Pulau Pinang. Industri ini bukan sahaja membawa pendapatan yang lumayan kepada kerajaan negeri dalam pertukaran wang asing tetapi juga telah mewujudkan banyak peluang pekerjaan kepada penduduk tempatan dalam sektor perhotelan, pengangkutan, agensi pelancongan dan sektor-sektor lain yang berkaitan dengan industri pelancongan.

Malahan industri ini juga telah menggalakkan perkembangan dan pemuliharaan kebudayaan tempatan dan bangunan-bangunan bersejarah yang telah melambangkan identiti bandaraya Georgetown yang unik dan unggul di dunia.

1.2 KENYATAAN ISU DAN MASALAH

Setakat ini, banyak usaha telah dilakukan oleh Kerajaan Negeri Pulau Pinang untuk memajukan industri pelancongan seperti mempertingkatkan produk-produk

pelancongan sedia ada dan memperkenalkan produk-produk pelancongan yang baru supaya dapat menarik lebih ramai pelancong ke Pulau Pinang.

Walaupun begitu, usaha-usaha yang telah atau akan dilakukan oleh kerajaan negeri merupakan satu langkah yang baik untuk memajukan industri pelancongan tetapi usaha-usaha yang telah dilakukan oleh kerajaan negeri ini tidak semestinya dapat membangunkan industri pelancongan di Pulau Pinang.

Ini kerana usaha-usaha yang telah dan akan dilakukan oleh kerajaan negeri terhadap produk-produk pelancongan tersebut tidak semestinya sejajar dengan permintaan atau dapat memenuhi kepuasan pelancong-pelancong asing yang melawat di Pulau Pinang. Jika jawapannya ialah ya, maka usaha-usaha yang telah dilakukan oleh kerajaan negeri setakat ini akan menjadi sia-sia dan membazirkan masa dan wang yang telah diperuntukan dalam usaha-usaha ini.

Bagi mengelakkan kejadian yang tidak dingini ini, usaha-usaha yang telah dan akan dilakukan oleh kerajaan negeri terhadap produk-produk pelancongan haruslah sejajar dengan permintaan dan dapat memuaskan pelancong-pelancong asing yang melawat di Pulau Pinang.

1.3 KEPENTINGAN KAJIAN

Memandangkan perkara-perkara yang telah disebut di atas memainkan peranan yang penting dalam pembangunan industri pelancongan di Pulau Pinang, maka adalah wajar bagi kita mengkaji persepsi terutama dari segi kehendak atau permintaan dan kepuasan pelancong-pelancong asing terhadap produk-produk pelancongan yang telah dilawati atau diamati di Pulau Pinang

Ilham tajuk kajian ini adalah datang dari perbincangan dengan penyelia dan pensyarah-pensyarah. Persoalan utama yang menggalakkan penyelidikan ini dijalankan ialah untuk mengenalpasti jenis produk-produk pelancongan yang manakah merupakan pilihan utama kepada pelancong-pelancong asing serta persepsi mereka terhadap produk-produk tersebut.

Maklumat-maklumat yang diperolehi daripada pelancong-pelancong asing nanti dapat dipergunakan untuk memastikan bahawa produk-produk pelancongan sedia ada dan yang akan ditawarkan adalah sejajar dengan permintaan mereka supaya pelancong-pelancong tersebut berpuas hati terhadap lawatannya. Ini dapat menambahkan kemungkinan pelancong-pelancong tersebut membuat lawatan ulangan serta memperkenalkan dan mempromosikan Pulau Pinang sebagai destinasi pelancongan yang menarik kepada saudara-mara, kawan serta masyarakat di negara mereka. Dengan itu, ia tentu dapat membantu meningkatkan dan mempercepatkan lagi pembangunan industri pelancongan di Pulau Pinang.

Misalnya, katakanlah pelancong-pelancong asing yang datang melancong di Pulau Pinang adalah untuk menikmati keindahan dan keunikan senibina bangunan-bangunan lama dan bersejarah, maka bangunan-bangunan tersebut haruslah dipelihara daripada dimusnahkan untuk pembangunan baru terutamanya pembinaan bangunan-bangunan tinggi. Dengan langkah sedemikian, ia dapat menjamin kedatangan semula pelancong-pelancong tersebut dan mungkin dapat menarik lebih ramai pelancong-pelancong asing datang ke Pulau Pinang untuk melihat bangunan-bangunan yang unik dan unggul di dunia ini.

Sebaliknya, jika bangunan-bangunan tersebut telah dimusnahkan untuk pembangunan baru, ia akan membawa implikasi negatif terhadap kedatangan semula pelancong-pelancong tersebut mahupun pelancong-pelancong baru untuk melancong di Pulau Pinang. Dengan kata lain, langkah sedemikian mungkin akan menyebabkan industri pelancongan di Pulau Pinang menjadi semakin merosot dan membawa implikasi-implikasi negatif terhadap pendapatan negeri dan peluang-peluang pekerjaan yang telah wujud dalam sektor ini.

1.4 OBJEKTIF PENYELIDIKAN

Objektif-objektif penyelidikan yang telah ditentukan adalah seperti berikut :

- Mengenalpasti tujuan utama pelancong-pelancong asing melawat Pulau Pinang.

- Mengenalpasti jenis-jenis produk pelancongan yang diminta oleh pelancong-pelancong asing .
- Mengkaji persepsi pelancong-pelancong asing terhadap produk-produk pelancongan yang telah dilawati atau dinikmati oleh mereka.
- Mengkaji kepuasan pelancong-pelancong asing terhadap lawatannya di Pulau Pinang. ✓

1.5 PERSOALAN PENYELIDIKAN

1. Adakah pelancong-pelancong asing yang datang melawat ke Pulau Pinang mempunyai tujuan yang sama ?
2. Apakah jenis produk pelancongan yang diminta oleh pelancong-pelancong asing semasa melawat di Pulau Pinang ?
3. Apakah tahap persepsi pelancong-pelancong asing terhadap produk-produk pelancongan yang telah dilawati atau dinikmati oleh mereka ?
4. Adakah pelancong-pelancong asing berpuas hati terhadap lawatannya di Pulau Pinang ?

1.6 HIPOTESIS

1.6.1 Hipotesis Umum

H_0 : Pelancong-pelancong asing yang berpuas hati dengan lawatannya di Pulau Pinang akan membuat lawatan ulangnya pada masa hadapan. ✓

H_1 : Pelancong-pelancong asing yang tidak berpuas hati dengan lawatannya di Pulau Pinang akan membuat lawatan ulangnya pada masa hadapan. ✓

1.6.2 Sub-Hipotesis



Sub-Hipotesis 1

H_0 : Tujuan utama pelancong-pelancong asing melancong di Pulau Pinang adalah untuk melawat tempat-tempat tarikan pelancongan.

H_1 : Tujuan utama pelancong-pelancong asing melancong di Pulau Pinang bukanlah untuk melawat tempat-tempat tarikan pelancongan.

Sub-Hipotesis 2

H_0 : Pantai merupakan produk tarikan semulajadi pilihan utama kepada pelancong-pelancongan asing semasa melancong di Pulau Pinang.

H_1 : Pantai bukan merupakan produk tarikan semulajadi pilihan utama kepada pelancong-pelancongan asing semasa melancong di Pulau Pinang.

Sub-Hipotesis 3

H_0 : Hotel pantai merupakan jenis akomodasi pilihan utama kepada pelancong-pelancong asing semasa melancong di Pulau Pinang.

H_1 : Hotel pantai bukan merupakan jenis akomodasi pilihan utama kepada pelancong-pelancong asing semasa melancong di Pulau Pinang.

Sub-Hipotesis 4

H_0 : Pelancong-pelancong asing mempunyai persepsi yang positif terhadap produk tarikan pelancongan.

H_1 : Pelancong-pelancong asing tidak mempunyai persepsi yang positif terhadap produk tarikan pelancongan.

Sub-Hipotesis 5

H_0 : Pelancong-pelancong asing mempunyai persepsi yang positif terhadap produk aksesibiliti.

H_1 : Pelancong-pelancong asing tidak mempunyai persepsi yang positif terhadap produk aksesibiliti.

Sub-Hipotesis 6

H_0 : Pelancong-pelancong asing mempunyai persepsi yang positif terhadap produk akomodasi.

H_1 : Pelancong-pelancong asing tidak mempunyai persepsi yang positif terhadap produk akomodasi.

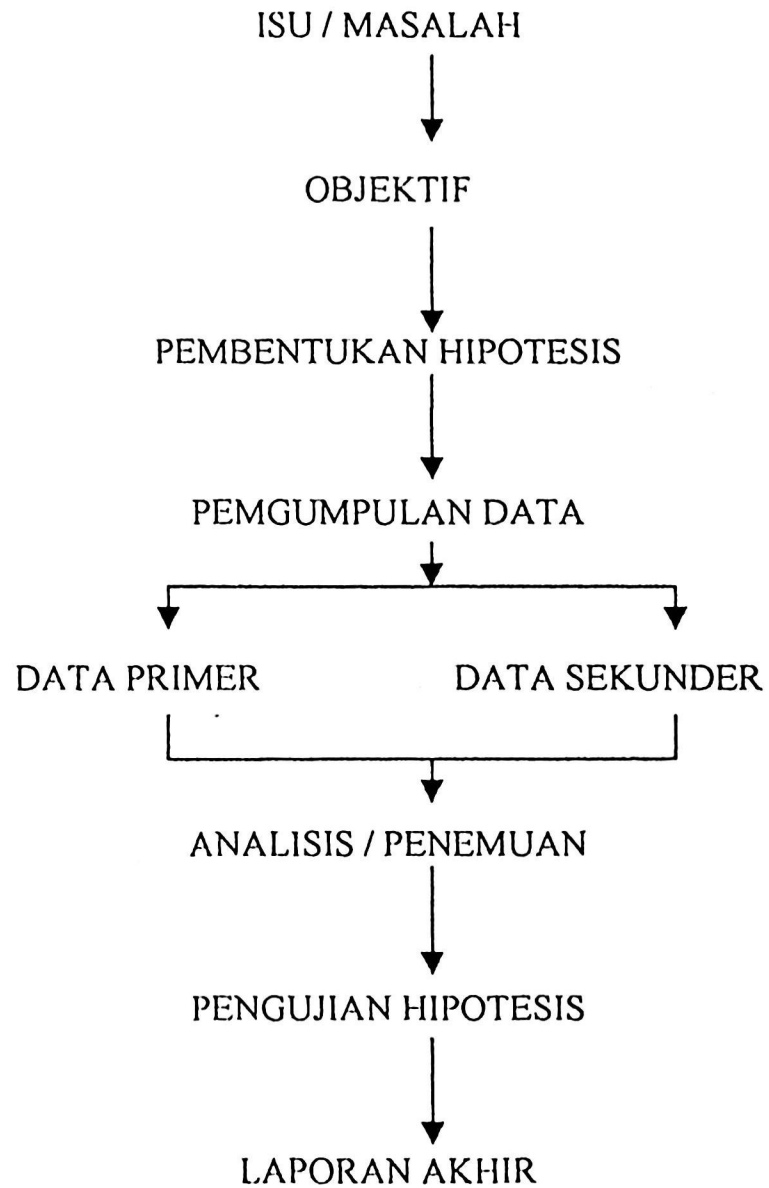
Sub-Hipotesis 7

H_0 : Pelancong-pelancong asing berpuas hati terhadap lawatannya di Pulau Pinang..

H_1 : Pelancong-pelancong asing tidak berpuas hati terhadap lawatannya di Pulau Pinang..

1.7 METODOLOGI

Pendekatan penyelidikan ditunjukkan di dalam rajah bawah :



Rajah 1.1 : Carta Aliran Metodologi Kajian

1.8 PERKEMBANGAN INDUSTRI PELANCONGAN DI MALAYSIA

Pada peringkat awal, industri pelancongan hanya mengalami kadar pertumbuhan yang perlahan. Pada tempoh tahun 1972 - 1985, industri pelancongan ini telah mengalami pertumbuhan pada kadar purata 15% setahun. Pencapaian kadar pertumbuhan ini bolehlah dikatakan membanggakan kerana kadar pertumbuhan purata industri pelancongan dunia hanya mencatat 5% setahun sahaja pada ketika itu.

Pencapaian ini telah menggalakkan kerajaan lebih berusaha untuk memajukan industri pelancongan di negara kita. Tambahan lagi, negara kita mempunyai potensi dan prospek yang baik dalam industri pelancongan kerana Malaysia kaya dengan pelbagai sumber alam semulajadi, tapak-tapak sejarah, kebudayaan berbilang kaum dan sebagainya.

Dalam Rancangan Malaysia Keenam (1991 - 1995), kerajaan telah melaksana pelbagai dasar dan strategi untuk pembangunan industri pelancongan di negara kita. Antaranya ialah memperkukuhkan organisasi pelancongan, mengembangkan produk-produk pelancongan, menyediakan kemudahan kemasukan pelancong, membangun tenaga manusia, membangunkan pelancongan domestik serta mempertingkatkan pemasaran produk pelancongan.

Di Semenanjung Malaysia, tempat-tempat tarikan pelancongan telah dikelompokkan mengikut enam zon wilayah utama. Zon-zon wilayah pelancongan ini termasuklah zon pelancongan Pulau Pinang - Langkawi, Perak, Kuala Lumpur - Melaka, Kota Bharu - Terengganu, Kuantan dan Johor.

Kerajaan Persekutuan dan Negeri telah menggalakkan pembangunan produk pelancongan tambahan dalam bidang-bidang pelancongan ekologi (eco-tourism), pelancongan budaya, pelancongan sukan (sport tourism) dan sebagainya. Keutamaan pembangunan produk pelancongan ini adalah dibuat berasaskan kepada potensi permintaan antarabangsa dan domestik.

Pengangkutan udara dan darat merupakan dua jenis kemudahan kemasukan pelancong yang utama ke negara kita. Dengan itu, pembinaan Lapangan Terbang Antarabangsa Sepang dan Lebuh raya Utara Selatan oleh kerajaan adalah untuk memudahkan kemasukan pelancong asing ke negara kita supaya dapat mempertingkatkan lagi bilangan pelancong asing yang melawat ke negara kita.

Pertumbuhan penawaran bilik hotel telah meningkat dengan mendadak sebanyak 30.6% atau sebanyak 101,329 buah bilik hotel telah ditawarkan dalam tahun 1995. Sebahagian hotel-hotel yang dibina adalah terdiri daripada hotel mewah bertaraf antarabangsa (lebih dari 100 buah bilik) dan selebihnya bertaraf sederhana dan rendah seperti motel, rumah rehat, chalet dan rumah tumpangan.

Kedudukan kepentingan sektor pelancongan dalam KDNK telah meningkat kepada tempat kedua dalam tempoh Rancangan Malaysia Keenam daripada tempat kelima dalam tempoh Rancangan Malaysia Kelima.

Pada awalnya, ketibaan pelancong ke Malaysia adalah sangat rendah jika dibanding dengan ketibaan pelancong ke negara jiran seperti Singapura dan Thailand. Pada tahun 1965, Semenanjung Malaysia hanya menerima seramai 23,225 orang pelancong asing sahaja berbanding 98,481 dan 198,620 orang pelancong yang telah melawat ke Singapura dan Thailand pada masa itu.

Semenjak tahun 1970, bilangan pelancong asing yang melawat ke negara kita telah bertambah begitu ramai dan telah mencatat angka 765,232 orang pelancong pada tahun 1971. Pada tahun 1970-an, bilangan pelancong asing yang melawat ke Malaysia terus meningkat dan telah mencapai pertumbuhan yang melebihi 50% pada tahun 1980 hingga 1987. Didapati 75% daripada jumlah keseluruhan pelancong asing yang melawat ke Malaysia adalah datang dari negara-negara ASEAN terutamanya pelancong-pelancong dari negara Singapura.

Pada tahun 1990, Malaysia telah mencatatkan pertumbuhan ketibaan pelancong yang mendadak (53%) berbanding dengan tahun sebelumnya kerana pertumbuhan ini telah dirangsangkan oleh program 'Tahun Melawat Malaysia' 90. Walaupun begitu, Malaysia telah mengalami kemerosotan sebanyak 21.8% berbanding dengan tahun sebelumnya kerana akibat kejadian peristiwa Perang Teluk pada

tahun 1991. Program Tahun Melawat Malaysia ' 94 yang dilancarkan oleh kerajaan telah berjaya meningkat semula pertumbuhan ketibaan pelancong sebanyak 10.7% pada tahun 1994.

Jadual 1.1 : Ketibaan Pelancong ke Malaysia (1990 – 1994)

TAHUN	PELANCONG (ORANG)	PERTUMBUHAN (%)
1990	7 476 772	54.3
1991	5 847 320	-21.8
1992	6 016 782	2.9
1993	6 503 860	8.1
1994	7 197 229	10.7

Sumber : Perbadanan Kemajuan Pelancongan Malaysia (TDC), 1995

1.9 PERKEMBANGAN INDUSTRI PELANCONGAN DI PULAU PINANG

Pulau Pinang merupakan salah satu destinasi pelancongan yang terkenal di dunia sehingga mendapat gelaran sebagai ' The Pearl Of Orient '. Dalam Pelan Pembangunan Pelancongan Malaysia, Pulau Pinang telah dikategorikan dalam Zon Pelancongan Pulau Pinang - Langkawi yang meliputi negeri Kedah dan Perlis.

Cabaran yang sedang dihadapi oleh kerajaan negeri kini ialah masalah pesaingan-pesaingan dalam negara misalnya Pulau Langkawi mahupun juga pesaingan-pesaingan dari luar seperti Pulau Bali, Phuket, Singapura, Hong Kong dan sebagainya. Oleh kerana cabaran-cabaran tersebut, pihak kerajaan negeri Pulau Pinang telah berusaha bersungguh-sungguh untuk mempromosikan negeri ini sebagai pusat pelancongan yang berteraskan 'heritage', 'shopping', 'conference', 'farm-stay' dan sebagainya supaya dapat menawarkan lebih banyak jenis produk pelancongan baru untuk bagi memenuhi kehendak permintaan pelancong yang pelbagai dan meningkatkan daya saingan dengan negeri-negeri mahupun negara-negara lain.

Pada tahun 1972, ketibaan pelancong asing ke Pulau Pinang adalah seramai 62,801 orang. Sehingga tahun 1974, bilangan pelancong asing yang telah melawat ke Pulau Pinang telah meningkat dan mencatat angka 100,773 orang. Pada tahun 1980 pula, bilangan pelancong asing yang melawat ke Pulau Pinang terus meningkat kepada 200,927 orang dan telah mencapai pertumbuhan yang melebihi 20%. Didapati Pulau Pinang telah mengalami kemerosotan ketibaan pelancong asing mulai tahun 1982 hingga tahun 1986 di mana jumlah pelancong asing yang melawat Pulau Pinang pada tahun 1982 adalah seramai 237,520 orang berbanding tahun sebelumnya iaitu seramai 248,438 orang pelancong.

Semasa Tahun Melawat Malaysia 1990 dianjurkan, jumlah pelancong asing yang melawat ke Pulau Pinang telah meningkat kepada 285,641 orang dan mencapai

pertumbuhan 61.9% berbanding tahun 1988. Semasa program Tahun Melawat Malaysia 1994 dilancarkan, jumlah pelancong asing yang melawat ke Pulau Pinang telah meningkat dengan begitu ramai sehingga mencatat 1,831,164 orang pada tahun tersebut. Walaupun begitu, jumlah pelancong asing yang melawat ke Pulau Pinang telah merosot kepada 1,920,446 orang pada tahun 1996 berbanding tahun 1995 iaitu seramai 2,089,101. Kemerosotan ini mungkin disebabkan oleh masalah pesaingan daripada dalam negara dan luar negeri.

Jadual 1.2 : Ketibaan Pelancong Asing Ke Pulau Pinang (1994 – 1996)

TAHUN	PELANCONG ASING (ORANG)	PERTUMBUHAN (%)
1994	1 831 164	6.3
1995	2 089 101	14.1
1996	1 920 446	-8.1

Sumber : Perbadanan Pembangunan Pulau Pinang (PDC), 1997

2 KERANGKA TEORITIKAL

2.1 PENGENALAN

Secara umumnya, bolehlah dikatakan bahawa setiap destinasi pelancongan adalah berbeza dengan destinasi pelancongan yang lain samada dari segi keindahan alam, hasil kebudayaan dan perkhidmatan-perkhidmatan yang berkaitan dengan industri pelancongan yang ditawarkan kepada para pelancong. Daya-daya tarikan pelancongan inilah yang menarik pelancong untuk membuat lawatannya ke destinasi-destinasi pelancongan tertentu.

Pelancong-pelancong yang membuat lawatan ke sesuatu destinasi pelancongan tentu mempunyai tujuannya masing-masing. Bolehlah dikatakan bahawa produk tarikan pelancongan merupakan punca atau tujuan utama yang menyebabkan seseorang pelancong melancong sesuatu destinasi pelancongan. Tidak ada seorang pun pelancong yang melancong hanya bertujuan untuk menginap semata-mata atau menaiki sebuah pesawat Jet Jumbo Boeing 777 kerana ingin merasa betapa hebatnya menaiki pesawat tersebut, tetapi ia mempunyai maksud yang lebih besar, misalnya ingin melihat keindahan alam, tapak sejarah, persembahan kebudayaan yang berlainan daripada yang terdapat di negaranya.

Untuk memenuhi keinginan ini, dia akan meninggalkan atau bertolak dari rumahnya dengan menggunakan kemudahan pengangkutan, penginapan, restoran

dan sebagainya tetapi kemudahan-kemudahan pengangkutan, penginapan, makanan ini hanya merupakan pelengkap sahaja. Misalnya peminat bola sepak yang hendak menyaksikan pertandingan World Cup 98, tempat duduk yang ditempah untuk menyaksikan pertandingan tersebut merupakan masalah yang utama, sedangkan masalah pengangkutan, penginapan, makanan dan sebagainya hanya merupakan masalah yang kedua.

Industri pelancongan mestilah mengetahui atau memahami produk-produk pelancongan atau perkara-perkara yang diperlukan oleh para pelancong, sehingga para pelancong mendapat kepuasan atau mendapat apa yang dikehendakinya. Berdasarkan kepada hal-hal tersebut, pengusaha akan dapat mengetahui jenis permintaan yang dikehendaki oleh para pelancong. Jadi, memenuhi kehendak para pelancong terhadap produk-produk pelancongan yang dikehendaki merupakan tujuan utama.

Mengikut Goodrich, permintaan pelancong mempunyai hubungan yang kuat dengan produk-produk pelancongan yang ditawarkan. Pelancong-pelancong akan memilih destinasi-destinasi alternatif yang paling dapat memenuhi kehendak permintaan mereka.

(27

2.2 DEFINASI PELANCONGAN

reference
not checked

2.2.1 Industri Pelancongan

Berneker berpendapat bahawa "industri pelancongan merupakan suatu kesatuan ekonomi yang menyediakan perkhidmatan untuk memenuhi keperluan para pelancong di samping menyediakan keperluan lain yang ada hubungannya dengan sesuatu perjalanan yang dilakukan oleh para pelancong".

Sesuai dengan pengertian atau definasi yang disebutkan di atas, industri pelancongan tidak dihasilkan oleh satu perusahaan sahaja, tetapi dihasilkan oleh sekelompok perusahaan yang secara bersama-sama memberikan perkhidmatan yang diperlukan oleh para pelancong selama atau ketika seseorang pelancong sedang melancong di sesebuah negara.

Mengikut Murphy pula, beliau mengatakan industri pelancongan meliputi pelbagai jenis sektor. Kesemua sektor tersebut mempunyai matlamat yang sama iaitu memberi kepuasan kepada para pelancong di sepanjang pengembaraan mereka. Pengembaraan para pelancong bermula sebaik sahaja mereka meninggalkan negara asal mereka ke destinasi dan kemudian balik semula ke negara asal mereka. Pada dasarnya, pergerakan para pelancong adalah didorong oleh motivasi dan tujuan yang ingin dipenuhi oleh mereka.

2.2.2 Pelancongan

Dalam Kamus Dewan, istilah pelancongan membawa maksud perihal melancong atau melawat sambil melihat-lihat (bersenang-senang). Ia juga bermaksud perihal orang yang melancong dan perkhidmatan-perkhidmatan yang berkaitan dengan pelancongan.

Manakala dalam Webster's International Dictionary pula, pelancongan ditakrifkan sebagai ' suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang dari tempat asalnya ke destinasi baru yang bertujuan tertentu seperti bersenang-senang atau mengikuti pelajaran dan melawat tempat-tempat pelancongan'.

Mathieson dan Wall pula memberi definisi baru iaitu :

" Pelancongan merupakan pergerakan sementara seseorang dari tempat kerja dan tempat tinggalnya ke destinasi baru. Kemudahan dan penginapan yang disediakan di destinasi tersebut adalah untuk memenuhi keperluan mereka".

2.2.3 Pelancong

Dalam Kamus Dewan, istilah pelancong bermaksud orang yang melancong atau orang yang melawat sambil melihat-lihat (bersenang-senang).

Dalam Oxford English Dictionary pula, pelancong didefinisikan sebagai 'orang yang membuat lawatan; terutamanya orang yang berbuat demikian untuk berekreasi, hiburan atau kebudayaan, orang yang melawat beberapa buah tempat untuk perkara yang diminatinya, pemandangan atau sebagainya'.

Bangsa-Bangsa Bersatu menetapkan bahawa pelancong tinggal lebih daripada dua puluh empat jam tetapi tidak sampai dua belas bulan. National Tourism Resources Review Commission (NTRRCC) mendefinisikan pelancong sebagai 'orang yang membuat kunjungan ke tempat lain yang sekurang-kurangnya 50 batu dari rumahnya untuk tujuan perniagaan, bersenang-senang, urusan peribadi, ataupun sebarang tujuan lain kecuali perjalanan ke tempat kerja'.

Menurut Cohen, pelancong ialah: 'seorang pengembara sementara lagi sukarela, yang berpergian dengan harapan akan memperoleh kepuasan daripada keadaan baru serta perubahan yang dialami ketika melakukan perjalanan yang agak jauh'.

2.2.4 Pelancong Antarabangsa

Mengikut ^{Tubuhan} ~~Perbadanan~~ Pelancongan Dunia (World Tourism Organization), pelancong antarabangsa ialah perseorangan yang masuk ke sesebuah negara yang bukan tempat tinggalnya, tidak berhasrat untuk memperoleh pekerjaan di negara yang dilawatinya, bukan seorang pelarian dan diplomat".

*1. ada
2. lawatan
3. lawatan
4. lawatan
5. lawatan
6. lawatan
7. lawatan
8. lawatan
9. lawatan
10. lawatan*
Smith (1989) mendefinasi pelancong antarabangsa sebagai :

" Pelancong antarabangsa ialah pelancong yang menginap di sesebuah negara yang dilawatnya sekurang-kurangnya satu malam tetapi tidak tinggal lebih dari satu tahun ".

Dengan ini, boleh disimpulkan bahawa pelancong antarabangsa meliputi orang yang berpergian dengan menyeberang sempadan antarabangsa dan yang tinggal di tempat lawatan itu sekurang-kurangnya dua puluh empat jam.

2.2.5 Pelancong domestik

Pelancong domestik pula ialah orang yang membuat lawatan di dalam negerinya tetap tinggal di luar kawasan kediamannya lebih daripada dua puluh empat jam.

2.3 DEFINASI PERSEPSI

Kamus Dewan mendefinisikan persepsi sebagai gambaran atau bayangan dalam hati atau fikiran (tentang sesuatu), pandangan (menerusi pancaidera), tanggapan atau kekuatan imaginasi. Dalam konteks kajian ini, ia bermaksud pandangan atau tanggapan pelancong-pelancong asing terhadap produk-produk pelancongan yang telah dilawat di Pulau Pinang.

2.4 PERMINTAAN DALAM BIDANG PELANCONGAN

Permintaan dalam bidang pelancongan boleh berupa benda yang boleh diperolehi dengan percuma, tetapi hal ini pulalah yang menjadi daya penarik kepada para pelancong. Hal-hal yang dimaksudkan termasuklah pemandangan yang indah, udara yang segar dan nyaman, cahaya matahari, pantai, tasik, sungai dan sebagainya. Barang-barang tersebutlah yang menjadi objek utama yang ingin dilihat atau disaksikan oleh pelancong-pelancong di tempat yang dituju.

J.M. Schwarz telah membahagikan permintaan pelancongan kepada enam kelompok iaitu:

- i. Persiapan perjalanan
Penerangan dan petunjuk, tiket, pertukaran mata wang.
- ii. Perjalanan
Pengangkutan ke tempat tujuan, perjalanan melihat keindahan alam dan tempat yang dilawati.
- iii. Penginapan dan makanan
Bilik di hotel atau motel, tempat perkhemahan dan restoran.
- iv. Aktiviti-aktiviti di tempat yang dilawati
Tempat-tempat tarikan pelancongan, hiburan, pusat membeli-belah dan lain-lain.
- v. Perbelanjaan

Perbelanjaan untuk kegunaan persendirian, pakaian, rawatan dan sebagainya.

vi. Rakaman dan penyimpanan gambar

Perbelanjaan membeli filem gambar dan cenderamata.

Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi seseorang untuk melancong atau mengunjungi sesuatu tempat pelancongan. Salah satu faktor yang penting ialah mempunyai wang yang cukup dan badan yang sihat. Walaupun begitu, faktor yang terpenting sekali ialah mesti mempunyai waktu lapang. Jika mempunyai wang yang cukup dan badan yang sihat tetapi tidak terdapat waktu lapang, maka sesuatu acara lawatan atau melancong tidak mungkin dapat dilakukan.



2.5 PENAWARAN DALAM BIDANG PELANCONGAN

Penawaran pelancongan adalah meliputi atau merangkumi semua produk pelancongan yang ditawarkan kepada pelancong. Penawaran dalam hal ini termasuk juga unsur daya tarikan semulajadi, hasil ciptaan manusia, barang-barang dan khidmat yang dapat menarik seseorang untuk melawat ke tempat tersebut.

Penawaran dalam bidang pelancongan dapat dibahagi kepada :

- i. Benda-benda alam semulajadi
 - (a) Iklim. Misalnya cuaca yang baik, banyak cahaya matahari, sejuk, kering, panas, hujan dan sebagainya.
 - (b) Pemandangan tanah dataran, lereng gunung, tasik, sungai, pantai, air terjun, gunung berapi dan pemandangan yang menarik.
 - (c) Hutan. Misalnya hutan yang luas dan banyak spesis pohon.
 - (d) Fauna dan Flora. Misalnya tanaman yang aneh-aneh, burung-burung, ikan, binatang dan sebagainya.
 - (e) Pusat kesihatan. Misalnya sumber air galian, mandi lumpur, kawasan air panas yang dapat menyembuh penyakit.
- ii. Hasil ciptaan manusia
 - (a) Monumen-monumen bersejarah dan sisa-sisa peradaban masa lampau.
 - (b) Muzium, galeri seni, kesenian rakyat dan kraftangan.
 - (c) Acara-acara tradisi dan kebudayaan
 - (d) Rumah-rumah ibadat seperti masjid, gereja, kuil, tokong dan sebagainya.
- iii. Prasarana
 - (a) Prasarana umum seperti bekalan air, kuasa elektrik, jalan raya, jambatan, pelabuhan, lapangan terbang, telekomunikasi dan sebagainya.